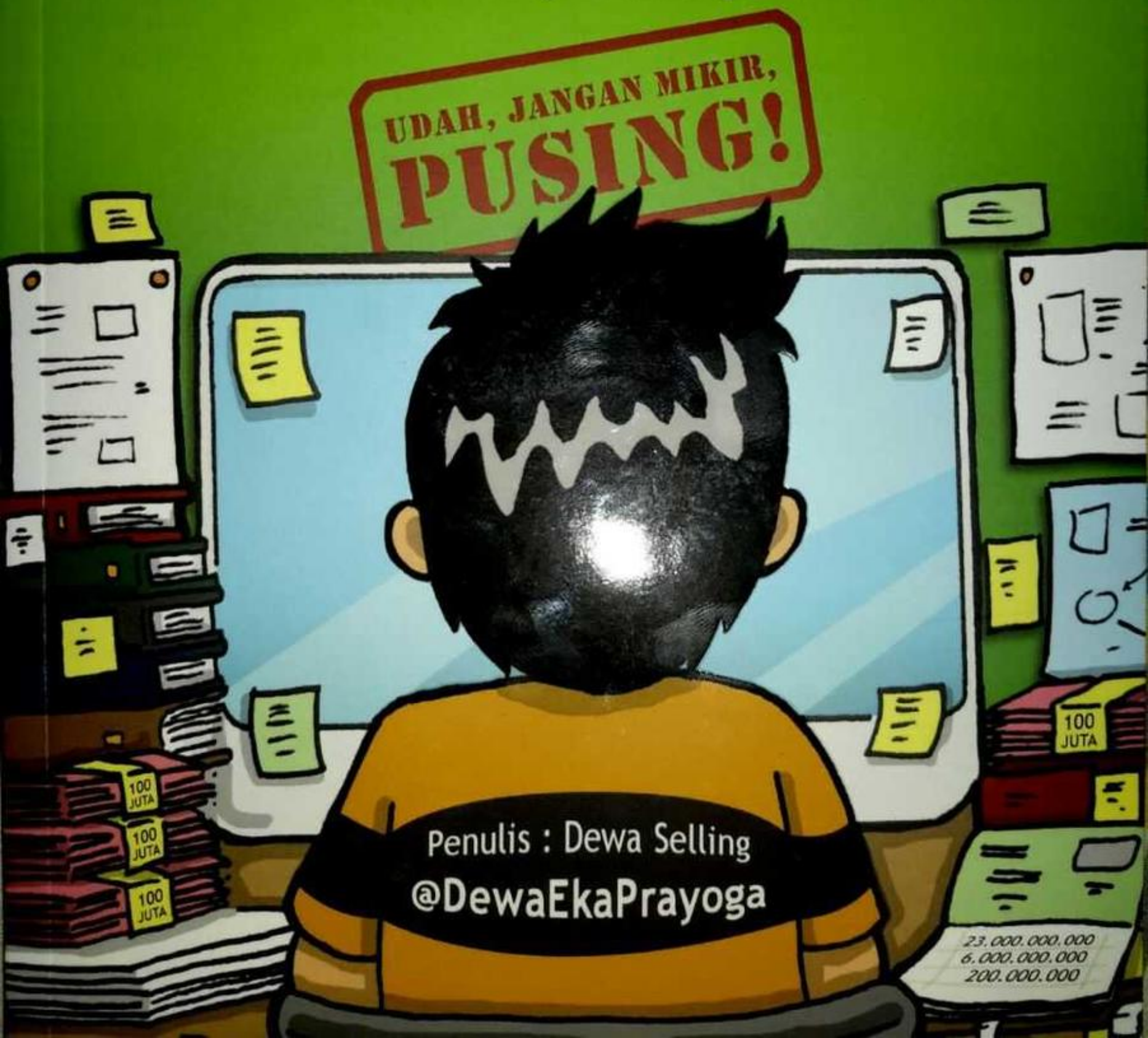
EASY COPYWRITING

Contek Abis, Sampai Laris!



Penulis : Dewa Selling
@DewaEkaPrayoga

Easy Copywriting

Penulis:
@DewaEkaPrayoga

Editor:
@MirzaSukses

Layouter:
@DeltaSaputraID

Desain Cover dan Ilustrasi:
@DaruRedono

Penerbit:
DELTA SAPUTRA
Jl. Pondok Leungsir No. 1677 Sukabumi - Jawa Barat

Cetakan Pertama, Mei 2015

Hak cipta dilindungi undang-undang.
Dilarang mengcopy dan memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun tanpa seizin tertulis dari penerbit.
All rights reserved

TESTIMONI BUKU DEWA EKA PRAYOGA

"ilmu selling mas Dewa Saya praktekkan semua, Alhamdulillah hasilnya oke. Omzet mendekati 2 Milyar. Saya sudah hampir 3 tahun memulai bisnis nol tanpa modal hingga berhasil seperti ini..."

(Nicky Sonjaya, Textile Industry @CASIBER_ID)

"Bukunya MANTAP coach, profit naik 300%. Mantap ilmunya..."

(Pusat Grosir Sport, @pgsmurmer)

"Buku itu menyebalkan sekali! Dan bodonya Saya ditipu sama buku itu. Karena omzet kliniklelaki.com lewat blackberry dari tanggal 1-13 November 2014 sudah mencapai Rp 375.500.000. Kang Dewa menulis buku yang isinya berbohong, katanya cuma Rp 100.000.000..."

(Rio Kaunang)

"Tanggal 6 Desember 2014 Saya ikut seminar JAGO JUALAN di Bandung. Pertama kali seumur hidup ikut seminar "begituan". Dalam seminar tersebut, target omzet Saya pada bulan Desember 2014 hanya 15 juta (karena masih ada sedikit ragu). Setelah Saya aplikasikan ilmunya, Alhamdulillah omzet akhir desember 2014 tembus 100 juta..."

(Idris Chafidh)

"Baru kemarin beli buku, malam praktekkin, pagi-pagi full order, siang pas adzan dzuhur sujud syukur closing 100 bungkus coffee senilai Rp 84.000.000..."

(Galih)

"Mas, Saya udah tembus omzet jualan pribadi 12 jutaan tiap bulan lewat blackberry...."

(Ale)

"Alhamdulillah kang Dewa, setelah beli & baca kedua bukunya, dalam setengah bulan (hingga 16 Januari 2015 ini) tiket pesawat Saya closing dengan omzet 13 juta. Padahal Saya baru mulai bisnis tiket pesawat ini akhir Desember 2014, tepatnya setelah beli buku #30HariJagoJualan yang LUAARRR BIASA itu. Syukron coach..."

(Abdul Kamil)

"Setelah praktekkin ilmunya kang dewa, rata-rata penjualan tiap hari sekarang 1,2-2,5 juta. Kebayang kalau 26 hari kerja omzetnya berapa..."

(Zaid)

"Cuma pengen laporan, Alhamdulillah hutang Saya 280 juta yang targetnya lunas akhir tahun 2015, per hari ini tinggal menyisakan 30 jutaan lagi. Makasih mas, Allah turunkan bantuan ke Saya melalui mas Dewa..."

(@BMT_Store)

"Makasih mas, buku #DijaminPenghasilan10JutaPerBulan kurang asem! Asem keterlaluan kalau gak dipraktekin. Ilmunya manfaat banget. Awalnya aja bisa nembus 10 jutaan, seiring proses makin dijalanin bisa nembus ratusan juta juga, semoga Allah limpahin rahmat sama mas Dewa atas ilmunya.."

(Arya Kemal)

"Alhamdulillahberkatbuku#TembusOmzet100JutaModalBlackberry akhirnya kebeli juga mobil idaman di 2014. Makasih banyak kang Dewa..."

(Ahmad Jamal, Supplier NQ Link cream)

"Mau cerita aaahhh, selama aku ikutin buku-buku kang Dewa terus aku BC edukasi ke reseller-reseller BPS (erl) Alhamdulillah omzet aku meningkat tiap bulannya dari 500rb saat ini udah hampir 9 digitlah, itu WOOOWWW banget buat aku, Allah ngasih rezeki buat aku lewat motivasi-motivasi kang Dewa.."

(Hastari, Distributor BPS (erl))

"Keren memang buku #TembusOmzet100JutaModalBlackBerry tembus 20juta omzet/hari dari @kaoSpoloS dan @Bola678 sedangkan istri saya @MomkidStore capai 9 juta"

(Pusat Kaos Polos)

"Kang Alhamdulillah hari ini Saya Closing 1,8 Milyar bangun resto alam lengkap dengan gazebonya..."

(Mukti Aji – Owner Green Creative Corp)

"Alhamdulillah.... Cari investor menggunakan tips 7 jurus di Medan kemarin CLOSING 30jt!!!"

(Hadi Sucipto - Owner HompimpaH)

"Kang Dewa masih ingat pas aku private sama kang Dewa kemarin? Pas kemarin private Omzetku 200-300 jutaan/bulan. Setelah private, bulan Januari kemarin tembus 650 juta. Bulan ini 750 juta. Subhanallah..."

(Erlyanie – Owner Cream Beauty Pearl Skincare erl)

"Omzet pertama Coaching 1 juta/hari. Sekarang rata2 udah 3 juta/hari. Kalau weekend bisa tembus 5-6 juta/hari. Baru kali ini ngerasain enaknya bisnis. Sekarang punya banyak waktu buat diri sendiri dan orang tua"

(Gopal – Owner Mie Akhirat)

"Alhamdulillah.... Bulan februari ini tutup Omzet di angka 50,5 juta."

(Mega – Owner Frozzie Brownies)

"Kemarin pas habis seminar kita Closing 50 juta lho. Makasih banyak kang Ilmunya... "

(Nadhila – Bata Hebel)

"Mantap teknik Closingnya. Setelah nerapin Ilmu 17 Teknik Closing, Alhamdulillah hari ini Closing 15 juta"

(Najib Ali – Owner Al Munajat)

"Alhamdulillah dapat PO kerjaan CCTV nilainya $20.000 + 50 juta..."

(Nanang – Owner IT Solution)

"Alhamdulillah orderan kedua pekan lalu senilai $175..."

(@SEOMuda)

"Alhamdulilah setelah belajar dari kang Dewa dalam 3 bulan Omzet bisnis Saya naik dari nol menjadi 180 juta per bulan"

(Firman – Owner thgr Jersey)

"Subhanallah kang, iseng-iseng praktek 17 teknik closing via BBM, stok yang sudah nimbun setahun karena kurang peminat coba dipromo pake headline + konten yang sedikit gila, nggak sampe sehari closing 31 pcs senilai Rp 4.650.000. DAHSYAT! Sekarang malah pusing banyak yang indent karena stok habis"

(Yuza Riza – Owner Sepatu Hujan COSH)

"Alhamdulillah closing 25 agen MaduPahit Mix langsung..."

(Tedi – Owner Madu Pahi Al Mahaz)

"Ilmunya Dahsyat! Dulu Closing 50rb aja susah banget. Sekarang Closing 500rb jadi enteng..."

(Uswah – Owner Herbal Uswah)

"Kurang dari 4 jam aku ngejual 70 buku pelajaran. Besok InsyaAllah nambah lagi sekitar 20 buku. KEREN!"

(Syahidah Azzahrah)

"Penghasilan sebulan kemarin bisa didapat dalam sehari. Makasih mas, hari ini mau produksi lagi"

(@shopbolastore)

"Yang tadinya nggak niat beli, eh jadi Closing. Terimakasih kang Dewa atas 17 Teknik Closingnya"

(@NounaShessy)

"Nggak berhenti nih kang yang order kaos polos..."

(@Robbyayunk)

"Mas Dewa, kemarin habis coba tekniknya, langsung Closing 600rb. Padahal baru sehari mas..."

(@ipehalena)

"Baru praktek sehari jualan di BB langsung banjir order! Ampe kewalahan gini..."

(@tedyfirmans)

"Yang order Powerbank hari ini meningkat, yang keep buat besok juga udah ngantri. Mantep ilmunya"

(@buatgadget)

"Alhamdulillah Closing paket program stimulasi kecerdasan. Padahal paket program ini awalnya susah dijual..."

(@Puspita616)

"Ilmu-ilmunya kang dewa saya praktekkan di asuransi, puji tuhan, challenge yang diberikan perusahaan tercapai. Saya dapat reward naik kapal pesiar cruise 2014 dan 2015 nanti, dan ke Bangkok tahun 2015 nanti, karena saya berhasil capai target dalam waktu 3 bulan.

(@jacintakarsten)

"Yeee closing 15 juta, ampuh bener ilmunya coach Dewa..."

(@Kaka__111)

"Setelah praktek ilmu 17 teknik closing saya berhasil menjual lebih cepat dan lebih banyak sebuah training dengan harga jutaan rupiah. Terimakasih kang ilmunya..."

(@didiologi)

"Ternyata ilmunya kang Dewa WOW Banget...!! Tembus Omzet 100 Juta modal BB bukan hanya sekedar judul buku, tapi saya juga merasakannya...."

(@ArdiSmart99)

"Alhamdulillah atas izin Allah bisnis kami sudah tembus milyaran mas sekitar 2,2 Milyar. Doakan agar tembus 6 Milyar tahun ini ya mas..."

(Rumah Makan Mr. Teto)

"Makasih ya kang 17 Teknik Closing dan buku Tembus Omzet 100 Juta Modal Blackberrynya manteb banget aku praktekin. Alhamdulillah closing 3 jutaan setiap hari, jadi bisa bayar kuliah sendiri, bisa ringanin beban orangtua rasanya seneng banget. Makasih banget kang atas ilmunya pokoknya ilmunya gampang."

(@JariGadget)

"Kang, Ghifar udah praktek. Alhamdulillah mantaaaap pendapatan bersih 10 juta perbulan, cukuplah buat anak mahasiswa :D"

(Ghifar, @kerupukupo)

"Buku 30 Hari Jago Jualan mantaaapppp. Sehari kemarin closing 9,2juta Alhamdulillah."

(Ayu Mitek)

"Baru baca beberapa halaman, langsung praktek. Hasilnya luar biasa langsung closing 4juta lebih padahal cuma sehari lewat bb pula, sebelumnya gak pernah pake bb buat jualan."

(Imran)

"Subhanallah mas Dewa sampe jam segini yang belanja masih banyak aja, padahal produk saya bukan produk murah, harga mulai 600ribu sampe 2juta. Sejak saya terapkan ilmu mas Dewa, jualan di BB jadi asik banget."

(Rosie, Muslim Fashion Designer)

"Ilmu macam apa TEMBUS Omzet 100 JUTA MODAL BLACKBERRY! Ilmunya mantab, Cuma 2 jam kok bisa closing 600bks cireng. Huhh... senengnya..."

(Ibnu Gesit)

"Alhamdulillah omzet halal Mart "Herbs & Natural Shop" saya udah mencapai 420juta. Tips dari buku Pak dewa mantap nih. Pagi ini aja udah ada orderan dari Cikarang dan Cibitung dengan total 10 juta."

(Feisa Mediar)

"Assalammu'alaikum wr wb terimakasih Kang Dewa buku tembus omzet 100 juta modal blackberry dampaknya memang luar biasa. Omzet bulan Mei bisa didapat dalam waktu 3-4 hari di bulan Juni ini."

(Agung Sugiharto)

"Alhamdulillah, makasih Kang Dewa, Cuma sekali BC aja yang order powerbank hari ini meningkat. Yang keep buat pengiriman besok juga udah ngantri, mantep jurus #BBMarketing nya..."

(Andriyanto)

"Syeh, Alhamdulillah praktek ebook 17 teknik closing, 2 minggu lalu dapat orderan pupuk 110 juta dari Pontianak tanpa ketemuan hanya by online saja, terimakasih ilmunya..."

(Edy)

"Alhamdulillah saya praktekan ebook dari Mas Dewa, kemarin dalam 2 minggu penjualan tanah kavling kami di surabaya tercapai 50%, melebihi target. Dan profitnya 1,6 milyar, sekarang unitnya tinggal beberapa saja. Makasih ya Mas Dewa..."

(Huda)

Ucapan Terima Kasih

- Allah SWT, berkat izin dan pertolongan-Nya Saya mampu menyelesaikan buku ini tepat waktu.
- Rasulullah SAW, yang menjadi suri tauladan dan panutan hingga akhir hayat nanti.
- Ibuku tercinta, Devi Aristi Handayani, yang selalu mendukung Saya untuk selalu menjadi anak yang terbaik dan mendoakan Saya untuk selalu mendapatkan yang terbaik.
- Istriku tercinta, Wiwin Supiyah, yang selalu mendampingi Saya, memberikan dorongan kepada Saya untuk terus berkarya, dan menyemangati Saya dalam mengarungi kehidupan ini.
- Anakku tersayang, Nabila Faza Shaliha, dirimu menjadi semangat yang besar dalam diri Ayah.
- Tim Billionaire Corp, Mirza, Rizal, Didi, Gomet, Amalia, Kania, Fatya, Yulia, yang selalu membersamai Saya dalam mewujudkan impian besar kita bersama.
- Tim Billionaire Store yang SUPER GENDENG. Kalian semua benar-benar LUAR BIASA!
- Mentor sekaligus sahabat baik saya, kang Rendy Saputra, berkat bimbingan, pelajaran, dan pengalaman hidupnya, Saya mampu menjadi lebih dewasa dan tegar dalam menghadapi ujian hidup.
- Guru kehidupan Saya, kek Jamil Azzaini dan pak Heppy Trenggono yang telah mengajari saya banyak hal sebagai bekal mengarungi kehidupan terutama mengenai hasrat Saya di dunia training dan bisnis.
- Mentor bisnis Saya, mas Jaya Setiabudi, berkat bimbingan dan dukungan darinya, bisnis Saya menjadi lebih tumbuh dan berkembang ke arah yang lebih baik.

- Guru-Guru Imajiner Saya, Anthony Robbins, Keith J. Cunningham, Robert T. Kiyosaki, Donald Trump, Bradley J. Sugars, Brian Tracy, Zig Ziglar, Joe Girard, John C. Maxwell, Frank Bettger, T. Harv Eker, Robert G. Allen, Marco Robinson, Adam Khoo, dan Joe Vitale, berkat pemikiran dan buku-buku karya Anda yang luar biasa, pikiran Saya menjadi tercerahkan.
- Anda, para pembaca buku ini, yang telah menginvestasikan uangnya untuk membeli buku ini. Semoga buku ini dapat memberikan banyak pencerahan dan membantu Anda dalam meningkatkan omzet secara signifikan. Aamiin....

PRAKATA

Halo, Saya Dewa Eka Prayoga. Jika Anda adalah penikmat buku-buku Saya sebelumnya, Anda pasti tahu siapa Saya. hehehe... ^_^

Ya, Saya bukanlah siapa-siapa. Bukan seorang ahli, pakar, ataupun mastah. Saya akui ilmu Saya masih 'sampah'. Tak apa, itu tidak menyurutkan niat Saya untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan dengan Anda agar rezeki Anda semakin berlimpah. Aamiin....

"Ketika seseorang merasa dirinya ahli, pakar, ataupun mastah, maka disitulah awal dari kehancuran..."

Buku EASY COPYWRITING ini adalah buku ke-8 Saya. Saya bersyukur, Saya dapat menyelesaikan buku ini tepat waktu. Bahkan, Saya sangat terkejut ketika mengetahui antusiasme kawan-kawan di Indonesia yang menunggu kehadiran buku ini. Wah, Alhamdulillah...

Namun, tahukah Anda, Saya menulis buku ini tidak sendirian?

Ya, tidak banyak orang yang tahu tentang hal ini. Ini sebenarnya rahasia terbesar Saya. Tolong jangan beritahu siapa-siapa. Karena kali ini Saya ingin membocorkannya kepada Anda. Boleh?

Banyak orang mengira Saya menulis buku ini dengan jasa Ghost Writer atau bantuan Co-Writer. Tidak, mereka salah. Saya tidak menggunakan jasa dan bantuan mereka. Lalu siapa yang membantu Saya sehingga Saya mampu menulis buku ini dalam waktu cepat? Bayangkan saja, 6 dari 8 buku yang sudah Saya tulis, SEMUANYA Saya tulis dalam waktu super cepat. Bahkan, salah satu dari delapan buku tersebut Saya selesaikan hanya dalam waktu 15 hari. Anehnya, penjualan buku tersebut mencapai angka yang FANTASTIS: **9673 eksemplar LUDES terjual hanya dalam 7 hari.** Aneh, kan?

Hehehe.. Anda tentu semakin penasaran, siapa sebenarnya orang yang membantu Saya dalam menulis buku ini?

Baiklah... Saya bocorkan, deh... ^_^

Saya menulis buku ini dengan **PIKIRAN BAWAH SADAR** Saya. Nah, lho... Maksudnya?

Ya, ada seseorang yang menggerakan jari Saya dalam mengetik naskah buku ini. Saya tidak tahu siapa dia. Saya hanya mengikuti apa yang menjadi pemikirannya. Terkadang Saya bingung harus menulis apa. Disaat Saya kehilangan kata-kata, dia lah yang terus memberikan arahan dalam menulis buku ini. Aneh, kan?

Yup! Itulah Saya, Dewa Eka Prayoga. Di luar sana, banyak orang bilang Saya aneh. Tak sedikit dari mereka mengatakan bahwa Saya GENDENG (baca: Gila). Tapi Saya benar-benar tidak berbohong, itu benar adanya. Saya menulis dengan pikiran bawah sadar Saya.

Itu pula yang Saya alami saat Saya menulis Copywriting untuk promosi produk Saya. Terkadang, Saya hanya butuh waktu 15 menit dalam menulisnya. Copywriting di email misalnya. Saya hanya butuh waktu 15 menit saja. Broadcast? Itu lebih gila lagi. Bahkan salah satu sahabat Saya terkaget-kaget ketika melihat jari-jari Saya bergerak begitu cepat pada keypad handphonenya saat Saya membuatkan Copywriting di Broadcast untuk salah satu produknya. Lagi-lagi, dia bilang Saya gila. Huffh...Baiklah, Saya terima. Terpaksa. Karena memang waktu itu Saya hanya menghabiskan waktu 5 menit saja. Itu lebih cepat dari biasanya. Gila, kan? hehehe.... ^_^

"Copywriting adalah sebuah ilmu. Dan semua ilmu bisa dipelajari..."

Yes. Imu Copywriting adalah ilmu praktis. Yang namanya ilmu praktis, sangat bisa dipelajari, termasuk oleh Anda. Saya pun terus mempelajarinya dan melatihnya. Sampai sekarang. Hingga nanti.

Nah... kali ini, melalui buku ini, Saya ingin sharing kepada Anda Bagaimana Saya dapat melakukan semua itu dengan sangat baik. Jika Anda sudah mampu melakukannya dengan baik, maka Anda dapat melakukannya dengan cepat. Mau tahu caranya?

Perlu Anda ketahui, buku ini ditulis berdasarkan pengalaman Saya pribadi. Jujur, Saya tidak paham dengan teori. Saya pun tidak suka basa basi. Alhasil, selama Anda membaca buku ini, Anda akan banyak menemukan contoh-contoh Copywriting yang Saya buat sendiri untuk melariskan produk-produk Saya. Harapannya adalah Anda dapat menyonteknya secara vulgar. Apakah boleh? Tentu boleh. Sesuai sub-judul dalam buku ini: **CONTEK ABIS, SAMPAI LARIS!**

Saya berdoa semoga buku ini memudahkan Anda dalam menulis Copywriting. Tentu, tidak hanya itu saja, tapi juga benar-benar berdampak pada kenaikan omzet Anda secara signifikan. Aamiin...

Dewa Selling

@DewaEkaPrayoga

PENDAHULUAN

Apakah Anda ingin meningkatkan omzet penjualan hanya menggunakan kata-kata?

Maaf. Pertanyaan Saya salah.

Apakah Anda ingin **MELEDAKKAN OMZET PENJUALAN** hanya bermodalkan kata-kata?

Jika jawabannya adalah YA, maka buku ini adalah jawabannya.

Sebelum Saya mulai, Saya ingin bercerita terlebih dahulu. Boleh?

Begini ceritanya...

Tidak banyak orang yang tahu, Saya adalah seorang pemalu, pendiam, dan tidak banyak bicara. Jika Anda pernah bertemu dengan Saya secara langsung, jangan aneh jika Saya tidak menyapa Anda sebelum Anda menyapa Saya. hehehe... Angkuh sekali, ya?

Ya, karena atas dasar itulah, Saya tertarik untuk mendalami ilmu Copywriting. Kenapa? Karena jika Saya jualan dan ketemu orang langsung, Saya suka bingung mau ngomong apa, mulai dari mana, dan apa yang mesti dibahas... *tepuk jidat* -_-

Akhirnya, Saya memutuskan untuk jualan dengan cara online saja. Tentu, ada konsekwensi yang harus diambil. Jika di dunia offline Saya harus benar-benar memerhatikan penampilan, gaya bicara, dan cara presentasi Saya, maka di dunia online Saya mau tidak mau harus memahami berbagai jenis media, teknik-teknik promosi, dan tentu ilmu Copywriting.

Kenapa Saya menulis buku ini?

Saya tahu betul, salah satu impian Anda sebagai pengusaha adalah Ingin Meningkatkan Omset Penjualan Anda secara Signifikan. Bukankah demikian?

Saya pun bisa merasakan apa yang Anda rasakan. Kenapa? Karena Saya pun pengusaha. Hanya ada tiga hal yang Saya khawatirkan: Jumlah Pelanggan yang Rendah, Omzet Penjualan yang Kecil, dan Keuntungan yang Sedikit.

Namun, tiga perasaan resah tersebut sekarang sudah mampu Saya selesaikan ketika tahu ilmu ini. Ya, tujuh tahun terakhir ini Saya benar-benar mendalami ilmu penjualan, tepatnya ilmu penjualan tanpa tatap muka: **JUALAN ONLINE.**

Kuncinya ada ada pada **ILMU COPYWRITING**. Karena dengan mendalami ilmu ini, Anda mampu Closing Pelanggan Tanpa Tatap Muka, Tanpa Keluar Rumah, Tanpa Bermacet-macetan, dan bahkan bisa Sambil Tidur-Tiduran. Alhasil, ilmu ini benar-benar mengubah hidup Saya bagaikan bumi dan langit.

Anda mungkin penasaran, apa yang sebenarnya Saya bahas dalam buku ini sehingga respon dari pembaca sungguh Luar Biasa?

Inilah yang akan Anda pelajari selama beberapa jam kedepan...

1. Bagaimana **Mempebesar Konversi Penjualan** hingga 300%?
2. Bagaimana **Menulis Penawaran yang SULIT DITOLAK** Calon Pembeli?
3. 13 **Jenis Headline** yang Mematikan
4. 10 **Teknik Menulis Copywriting** yang Dapat Membius Mata Pelanggan
5. 17 **Taktik Promosi** yang Terbukti Menghasilkan
6. Cara Membuat Pembaca Iklan Anda **betah berlama-lama dan Membeli** produk Anda
7. Rahasia **Menjual Produk Laku Keras** Nggak Karuan!

Percaya atau tidak, Saya sudah mempraktikkannya dan membuktikannya. Hasilnya: **WOW, LUAR BIASA!**

Bahkan, Saya belum memberitahu Anda bahwa Saya baru saja memecahkan rekor penjualan di bisnis Saya pribadi. Bayangkan, **dalam sehari Saya mampu Closing 158 juta Rupiah.**

Alhamdulillah... Awalnya Saya kira ini hanya keberuntungan, sampai pada akhirnya **Saya mampu mengulanginya kembali beberapa hari kemudian dengan memecahkan Rekor Penjualan sebesar Rp 272 juta dalam sehari.** WOW! Itu semua terjadi berkat izin Allah Yang Maha Kuasa...

"Tak ada satupun di dunia ini terjadi kecuali atas izin-Nya..."

Ilmu yang akan segera Anda pelajari kali ini didasari dari pengalaman Saya tersebut di atas. Dan masih banyak lagi.

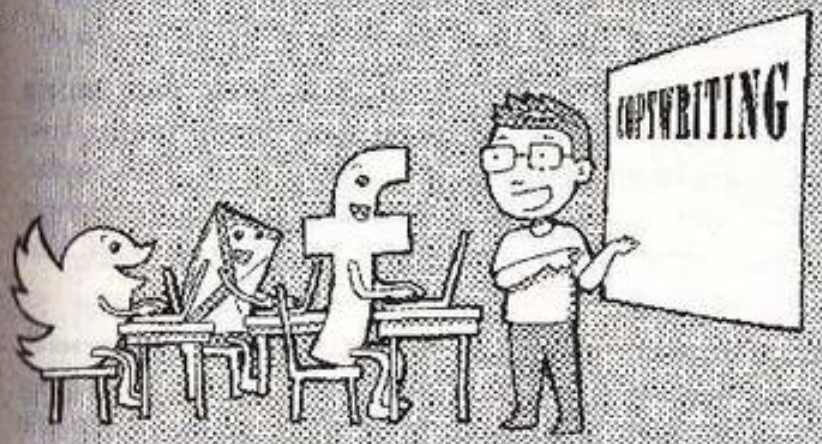
Sekarang, Saya ingin membagikan SEMUA Rahasia itu kepada Anda. Apakah Anda sudah siap?

Mari kita mulai... ^_^

EASY COPYWRITING

BAB 1

ILMU WAJIB PEBISNIS ONLINE



"Setiap Pebisnis Online Wajib Memiliki Ilmu ini"

Selamat datang di bab pertama buku ke-8 Saya yang berjudul: EASY COPYWRITING. Sebelum masuk ke pembahasan utama, Saya ingin terlebih dahulu bercerita kepada Anda tentang perjalanan Saya dalam membangun Bisnis Online. Boleh? ^_^

Bangkrut!

Tarik kursi dan duduk. Santai saja. Saya ingin bercerita sebentar mengenai awal mula Saya terjun di bisnis online. Begini ceritanya...

Tahun 2012 adalah tahun kebangkrutan Saya. Ya, tidak tanggung-tanggung, Saya ditanyakan mengalami kerugian 7,7 Milyar. Anda pembaca buku ke-2 Saya yang berjudul **7 KESALAHAN FATAL PENGUSAHA PEMULA** pasti tahu cerita ini.

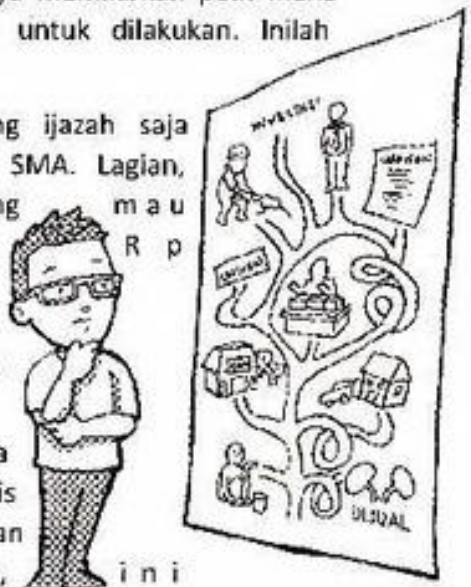
Saat bangkrut, Saya bingung mau berbuat apa. Jujur, kepala Saya pusing, puyeng, stress, gelisah, tidak bisa tidur, dan dibayang-bayangi dengan ketakutan. Namun Saya sadar, Saya tidak mungkin seperti ini terus. Hingga pada akhirnya Saya memutuskan untuk bangkit dan mencari solusi atas permasalahan tersebut.

Saat mencoba untuk bangkit, Saya bertanya kepada salah satu kakak mentor Saya, "Kak, kira-kira bisnis apa ya yang bisa menghasilkan pendapatan 7,7 milyar per bulan?". Sambil tersenyum kakak mentor Saya menjawab, "Yah, Wa. Kalaupun kakak tahu jawabannya, kakak pasti bisnis itu duluan dan nggak akan memberitahu kamu". Duh, benar juga, ya. Sepertinya pertanyaan Saya salah. Atau mungkin karena ketika itu Saya benar-benar dalam keadaan stress kali, ya. Ah, yasudah. Lupakan.

Sambil memikirkan solusinya, Saya berusaha untuk berpikir jernih. Maka Saya bertanya kepada diri sendiri, "Dari mana datangnya uang? Untuk bisa mendapatkan uang 100 juta per bulan, bagaimana caranya? Untuk bisa menyelesaikan kerugian-kerugian, apa yang harus Saya lakukan?", dan seterusnya.

Otak Saya terus berputar memikirkan jawaban tersebut. Sampai Saya menuliskan kemungkinan-kemungkinan ini dalam sebuah kertas....

Dari jawaban tersebut di atas, Saya memikirkan poin mana saja yang paling memungkinkan untuk dilakukan. Inilah jawabannya...



- **Kerja.** Nggak mungkin. Wong ijazah saja nggak punya, hanya lulusan SMA. Lagian, perusahaan mana yang mau menggaji dengan uang Rp 100 juta per bulan untuk anak yang masih ingusan kaya Saya? Maklum, ketika itu usia Saya masih 21 tahun.
- Bisnis. Mungkin. Namun Saya berpikir, yang namanya bisnis kan berproses. Nggak bisa instan dicapai. Tapi walaupun demikian, ini masih mungkin Saya lakukan.
- Jualan. Mungkin. Pertanyaannya, jualan apa? Saya harus memikirkan ini dengan serius.
- Investasi. Nggak mungkin. Kenapa? Karena Saya masih trauma. Wong Saya rugi gara-gara ikut investasi bodong. Ah, nggak ah. Masih takut. Lagian, investasinya pakai duit siapa? Kan lagi bangkrut...
- Cari Pinjaman. Nggak mungkin. Mana mungkin membayar hutang dengan berhutang. Itu namanya gali lubang tutup lubang. Nggak akan pernah selesai, bukan solusi.
- Minta-minta. Nggak mungkin. Ini mental miskin banget. Nggak banget, deh...
- Warisan. Nggak mungkin. Naudzubillahi min dzalik...

- Ikut Undian. Nggak mungkin. Ini namanya mengundi nasib. Nggak, lah... Dosa!
- Jual Aset. Mungkin. Kebetulan ketika itu ada mobil dan beberapa bisnis yang propertinya bisa Saya jual. Pertanyaannya, apakah ini bisa menyelesaikan sampai benar-benar selesai atau hanya sementara saja? Huffh...
- Jual Ginjal. Nggak segitunya juga kali? -_-

Dari hasil perenungan tersebut di atas, akhirnya Saya memiliki jawaban yang memungkinkan dan memberikan solusi jangka panjang, yaitu BISNIS dan JUALAN. AHA! *Think!*

Mulai Bangkit

Pertanyaannya, bisnis apa? Jualan apa?

Saya kembali memutar otak. Tanpa perlu berlama-lama, akhirnya Saya menemukan jawabannya. Akhirnya.... yes! ^_^

Ya, betul. Jawabannya adalah: **Jual apa yang bisa Saya jual.** Hehehe... Yang penting jadi duit dan bisa bertahan hidup. Sip!

Maka setelah itu Saya mulai menjual apa yang sekiranya bisa Saya jual, mulai dari menjual makanan, pakaian, buku, tiket seminar, dan lain-lain. Sekilas terlihat mustahil menyelesaikan kerugian bermilyar-milyar dengan jenis bisnis yang recehan. Dan itu memang benar: MUSTAHIL!

Untung Saya punya iman. Saya yakin bahwa tidak ada yang mustahil di hadapan Allah SWT. Tugas Saya ketika itu hanya yakin, yakin, dan yakin. Bergerak, bergerak, dan terus bergerak, walaupun solusi real belum sama sekali terlihat.

"Saat bangkrut, kita boleh kehilangan seluruh harta kita, tapi kita tidak boleh kehilangan KEYAKINAN kita kepada-Nya"

Awal Mula Bisnis Online

Sambil berjualan yang sifatnya recehan, Saya terpikir untuk menulis buku. Bisa Anda bayangkan, pas bangkrut, malah nulis buku. Edan, kan? Hehehe... ^_^

Itu kebutuhan, kawan. Saya akhirnya menulis buku tentang cerita pengalaman gagal Saya. Saya ceritakan bagaimana Saya bisa bangkrut dan apa saja kesalahan yang telah Saya lakukan. Tujuannya satu: agar kawan-kawan pengusaha di Indonesia tidak melakukan apa yang Saya lakukan. Itu sebuah kesalahan fatal. Tepatya, sebuah KEBODOHAN!

Setelah buku tersebut selesai, Saya akhirnya memiliki produk baru untuk Saya jual. Ya, betul. BUKU. Akhirnya Saya pun dengan penuh energi memasarkan buku tersebut sendirian, tanpa masuk toko buku manapun di Indonesia.

Ketika berjualan, Saya mencoba mempelajari berbagai jenis media online untuk dijadikan media promosi, mulai dari Facebook, Twitter, BlackBerry, Website, dan lain-lain. Tapi mungkin karena otak Saya berputar cukup lambat, akhirnya Saya hanya memfokuskan pada satu media saja, yaitu BlackBerry. Kebetulan, ketika itu Saya memiliki satu blackberry dengan tipe Gemini. Lumayan, buat jualan.

Setelah mencoba 'ngulik' dan mempelajari seluk beluk BlackBerry, akhirnya Saya mulai berjualan menggunakan media tersebut. Tak hanya buku, tapi juga produk-produk lainnya. Waktu demi waktu Saya lalui, akhirnya Saya mulai mendapatkan hasilnya. Alhasil, Saya pernah

menjual produk makanan ringan sebanyak 1500 pcs hanya dalam 1 minggu bermodalkan BlackBerry. Saya pun pernah menjual 5.000 eksemplar buku hanya bermodalkan BlackBerry. Alhamdulillah... LARIS!

Setelah mulai menemukan tambang uang di BlackBerry, kemudian Saya mempelajari media online lainnya, yaitu Twitter. Saya melihat dan mengamati orang-orang yang menggunakan Twitter. Bagaimana caranya bisa mendapatkan uang dari Twitter, membangun personal branding di Twitter, dan mendapatkan puluhan ribu followers di Twitter. Perlahan tapi pasti, Saya mulai menemukan polanya. Akhirnya akun twitter Saya, **@DewaEkaPrayoga**, followersnya terus tumbuh sampai sekarang. Klout Saya bahkan tembus angka 77. Wah, lumayan. Alhasil Saya pun mulai menemukan bagaimana caranya mencari uang dari Twitter.

Terlalu nyaman mempelajari dunia Twitter, Saya sampai lupa mempelajari media online lainnya. Akhirnya Saya pun sedikit demi sedikit mempelajari media online lainnya seperti Youtube, Facebook, Website, Email, Market Place, Instagram, Path, LINE, dan lain-lain. Inilah awal mula cerita Saya berjualan online...

Akhirnya... Pola Sudah Ditemukan

Bila Saya harus mengungkapkan, Saya sebenarnya sangat gaptek. Tapi Saya tahu, itu hanya ada dalam pikiran Saya saja. Jika Saya tekun belajar, maka Saya pun akan menemukan polanya. Saya terus belajar, belajar, dan belajar. Bagi Saya pribadi, belajar adalah sebuah kebutuhan. Itu benar-benar Saya rasakan.

Akhirnya... Saya mulai menemukan polanya. Saya mulai mengetahui dan merasakan bagaimana caranya mendapatkan uang dari BlackBerry, Twitter, Facebook, dan Email. Itu benar-benar Saya rasakan sampai sekarang. Alhamdulillah...

- Saya pernah tembus omzet 100 juta modal BlackBerry
- Saya pernah mendapatkan omzet 158 juta hanya dalam 1 hari modal Facebook
- Saya pernah mendapatkan untung 166,7 Juta hanya dalam 5 hari modal Twitter
- Saya pernah menjual ribuan produk dalam seketika hanya bermodalkan Email
- Bahkan, ketika semuanya Saya gunakan, Saya pernah tembus omzet milyaran rupiah hanya dalam 3 bulan saja
- dan lain-lain

Alhasil, pola sudah ditemukan. Namun, Anda jangan percaya dengan kata-kata Saya sebelum Anda sendiri benar-benar membuktikan dan merasakannya. Temukan pola sukses Anda sendiri. Syaratnya: **TEKUN GILA-GILAAN** dan **ACTION GILA-GILAAN.** Siaaaaaaap...?

Pedagang Online vs Pebisnis Online

Tunggu.... tunggu dulu. Cerita Saya belum selesai.

Ketika Saya mulai merasa bahwa Saya menemukan polanya, terjadi keanehan dalam diri Saya. Maksudnya?

Kok semakin banyak orderan Saya malah semakin sibuk begini, ya? Ada apa, ya? Kira-kira, kalau Anda jadi mentor Saya, apa salah Saya, ya?

Ya, betul sekali. Ternyata Saya terlalu fokus menghandle

segalanya sendirian. Saya malah jadi pedagang online. Promosi sendiri, handle orderan sendiri, packing-packing sendiri, pokoknya semuanya dikerjakan serba sendiri. Bahkan, karyawan pun nggak punya. Saya jadi bingung, padahal awalnya Saya jadi pengusaha karena ingin bermanfaat bagi banyak orang, tapi kok malah begini, ya? Dimana letak kebermanfaatannya kalau merekrut karyawan saja nggak mau? Haduh... T_T

Akhirnya Saya mulai mengubah pola pikir dan cara main Saya dalam bisnis. Apa yang Saya lakukan?

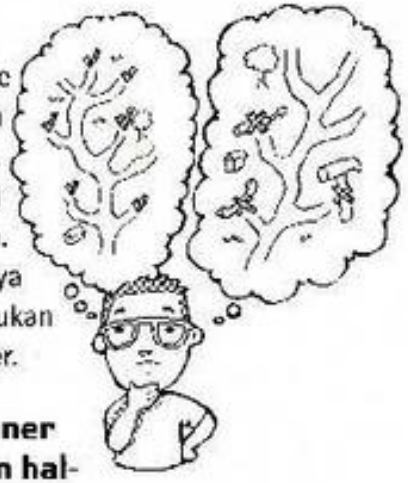
- ☑ Pertama, Saya mulai mempelajari seluk beluk dunia online secara detail. Dari mana uang datang, bagaimana mekanismenya, cara mainnya, dan lain-lain.
- ☑ Kedua, Saya mulai merekrut karyawan dan tim. Mereka akan membantu Saya untuk menghandle hal-hal yang sifatnya teknis dan operasional.
- ☑ Ketiga, Saya mulai membangun sistem. Saya memikirkan bagaimana bisnis Saya bisa berjalan tanpa kehadiran Saya. Saya membuat berbagai SOP, KPI, Job Desc, Action Plan, target, dan lain-lain.

Dari ketiga hal tersebut, dua hal berjalan dengan lancar. Tapi ada satu hal yang membuat Saya sulit melepaskannya, yaitu mempelajari seluk beluk dunia online secara detail. Ya, keinginan Saya untuk belajar dunia online terlalu sulit untuk dihentikan. Sampai-sampai Saya tidak bisa memikirkan bisnis Saya secara keseluruhan (*big picture*), karena hanya berfokus pada hal-hal teknis.

Sampai pada akhirnya Saya mendengarkan sebuah audio dari guru Saya yang bunyinya kurang lebih intinya adalah seperti ini...

"Pengusaha itu fokus ke Bisnis, bukan ke Teknis"

DHUAARR...!! Jleb! Nusuk...



Selama ini Saya memang terlalu fokus ke teknis. Hal-hal teknis di dunia online Saya kerjakan sendiri. Ngetweet, buat status, ngeblast email, riset, iklan FB Ads, cari prospek, handle komplain, dan lain-lain. Pokoknya, hal-hal yang sifatnya teknis Saya lakukan dengan serius. Padahal ini bukan tugas utama Saya sebagai Business Owner.

"Sekali lagi, tugas Business Owner adalah memikirkan BISNIS, bukan hal-hal TEKNIS"

Akhirnya Saya merekrut tim dan berpartner dengan orang-orang yang jago secara teknis. Mereka paham tentang SEO, FB Ads, riset, membuat toko online, optimasi youtube, dan lain-lain. Namun, apakah itu artinya Saya tidak bisa melakukannya?

Tidak. Tidak begitu. Justru Saya sangat bersyukur dapat memahami itu semua, sedikit demi sedikit. Namun gara-gara Saya 'tersayat' dengan quote di atas, Saya menahan diri untuk tidak mendalami SEO, FB Ads, riset, optimasi, dan hal-hal teknis lainnya di dunia online. Saya khawatir, Saya terlalu senang mendalami ilmu-ilmu tersebut dan melupakan bisnis yang sedang Saya bangun secara keseluruhan.

"Kang, apakah itu artinya Saya tidak boleh mendalami ilmu-ilmu tersebut?"

Boleh.. tentu boleh. Jika passion Anda di dunia internet marketing, mau tidak mau Anda HARUS memahami hal-hal tersebut. Kenapa? Karena memang itulah pekerjaannya. Bahkan, sahabat-sahabat Saya pun yang kini tekun dan menggeluti dunia internet marketing banyak sekali yang sukses dan menghasilkan. Kuncinya, tergantung dari keinginan Anda

ingin menjadi apa: **Business Owner** atau **Internet Marketer**. Terlihat sama, tapi sangat berbeda.

Lalu, sebagai Business Owner, apa dong yang harus Anda pahami agar bisnis online Anda berjalan dengan baik? Apa saja ilmu yang wajib Anda miliki seperti yang dimaksud dalam judul di atas?

Ini dia jawabannya...

Cara Mendapatkan Uang di Dunia Online

Setelah Saya tahu bahwa Saya harus fokus ke bisnis, bukan ke teknis, maka Saya benar-benar mempelajari business skill yang harus dimiliki dalam dunia online. Tentu ini yang dinanti-nantikan oleh Anda: Dari mana uang datang? Bagaimana cara mendatangkan pembeli? Bagaimana agar mereka dengan senang hati membeli tanpa paksaan? Bagaimana agar mereka menjadi customer tetap dan loyal kepada Anda? Bagaimana agar mereka mereferensikan produk Anda ke teman-temannya? dan lain-lain.

Akhirnya... Setelah Saya belajar dari orang-orang yang terbaik di bidangnya dan merasakan sendiri hasilnya, inilah 3 hal yang harus Anda pikirkan sebagai Business Owner:

Apakah Anda memahami gambar di atas?

Yes. Itulah yang harus Anda pahami ketika terjun dalam bisnis online. Ilmu ini WAJIB Anda miliki. Berikut adalah penjelasannya...

TRAFFIC

Ini berbicara tentang seberapa banyak orang yang mengunjungi website atau toko online Anda. Pikirkan, bagaimana caranya orang-orang mau berbondong-bondong setiap harinya untuk mengunjungi website Anda sehingga trafficnya tinggi. Anda bisa menggunakan 3 sumber traffic: Organic Traffic, Paid Traffic, dan Direct Traffic. Anda bisa mempelejari tiga sumber trafik ini dari para internet marketer, karena mereka adalah jagoannya.

CONVERSION

Ini membahas tentang seberapa banyak orang (traffic/visitor/leads/prospek) yang mengunjungi website atau toko online Anda, pada akhirnya memutuskan untuk MEMBELI produk Anda. Disinilah pentingnya ilmu Copywriting dan Teknik Closing. Soal copywriting, Anda akan mempelajarinya dalam buku ini. Perihal teknik closing, Anda bisa mempelajarinya dari buku ke-5 Saya berjudul **30 HARI JAGO JUALAN.**

RELATIONSHIP

Ini berbicara tentang seberapa hebat Anda membangun hubungan dengan database Anda, baik prospek (calon pembeli) maupun buyer (pembeli). Inilah yang sering dilupakan oleh seorang Business Owner. Seringkali mereka hanya menginginkan hasil yang instan, jatuhnya adalah hit & run. Jika sudah closing, yasudah.. Dadaah..!! Padahal seharusnya tidak demikian. Anda harus membangun hubungan jangka panjang dengan mereka. Anda harus membuat mereka benar-benar loyal kepada Anda. Tujuannya adalah agar mereka repeat order (beli dan

beli lagi), up sell (beli lebih banyak), dan melakukan referral (merekomendasikan produk Anda ke teman-temannya).

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami 3 poin penting ini dalam bisnis online?

Prediksi Saya, Anda masih bingung. Iya, kan? Hehe....

Tenaaang.... Sabar. Ada waktunya. ^_^

Dalam buku ini, Saya tidak akan menjelaskan semuanya. Karena jika Saya membahasnya secara detail, buku yang sedang Anda baca ini bisa setebal kamus bahasa Inggris-Indonesia. hehe...

Fokus bahasan Saya kali ini ada pada bagian: **CONVERSION. Okey?**

Membangun Kolam Ikan

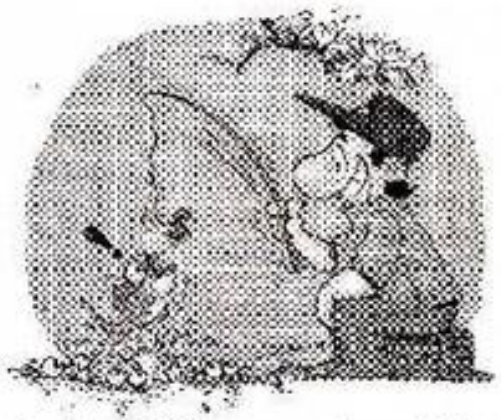
Saya tahu Anda penasaran bagaimana penjelasan 3 poin di atas yang baru saja Saya jelaskan dengan penjelasan yang tidak jelas. Hehehe....

Baiklah, Karena Saya ingin memberikan sesuatu yang lebih kepada Anda, maka Saya akan menjelaskan dengan bahasa yang mudah dimengerti.

Untuk memudahkan dalam penjelasan, Saya akan menggunakan analogi: **KOLAM IKAN.** Apa itu kolam ikan?

Kolam ikan adalah tempat dimana Anda mengumpulkan leads/ prospek (calon pembeli) dan buyer (pembeli) Anda.

Jika saat ini Anda sudah membangunnya, Saya ucapkan SELAMAT! Karena langkah Anda sudah sangat tepat.



"Mancinglah di kolam yang banyak ikannya"
- Dewa Eka Prayoga -

Jika saat ini Anda belum memulainya, karena (mungkin) baru mengetahuinya, jangan khawatir. Semoga penjelasan Saya memberikan pencerahan kepada Anda. Aamiiin...

Alhasil, jika Anda mampu membangun kolam ikan dengan baik, maka jangan salahkan Saya jika Anda mampu meraup untung dan omset yang tinggi setiap kali Anda berjualan. Ini sebenarnya rahasia kenapa Saya bisa closing 158 juta dalam sehari. Ini pula yang membuat Saya mampu closing 272 juta di hari berikutnya. Setiap hari, closing puluhan bahkan ratusan juta. Berkali-kali dan terus terulang. Gara-gara ini. Ya, gara-gara ini.

Mungkin Anda bertanya-tanya, lalu apa persisnya yang harus Anda lakukan?

Oke. Pertanyaan bagus. Inilah tahapan yang harus Anda lakukan...

BUAT KOLAM

Perlu Saya tekankan sekali lagi, kolam adalah tempat masuknya database ke dalam perusahaan Anda.

Ada 4 kolam yang harus Anda buat:

1. Untuk Mengumpulkan Alamat Email

Anda bisa mengumpulkan database alamat email prospek dan buyer dalam sebuah mesin autoresponder email, seperti GetResponse, Aweber, MailChimp, dan lain-lain. Mana yang paling bagus? Tergantung. Setiap autoresponder punya kelebihan dan kekurangan masing-masing. Silakan Anda cari tahu sendiri dan tentukan pilihan Anda. Yang terpenting, segera lakukan. Sekarang.

2. Untuk Mengumpulkan Pin BB

Anda bisa mengumpulkan database pin BB prospek dan buyer menggunakan BlackBerry, Android, atau iPhone. Intinya adalah Anda dan mereka terakses dalam sebuah aplikasi BlackBerry Mesengger dalam handphone yang digunakan.

Silakan invite pin:2BE9E64D

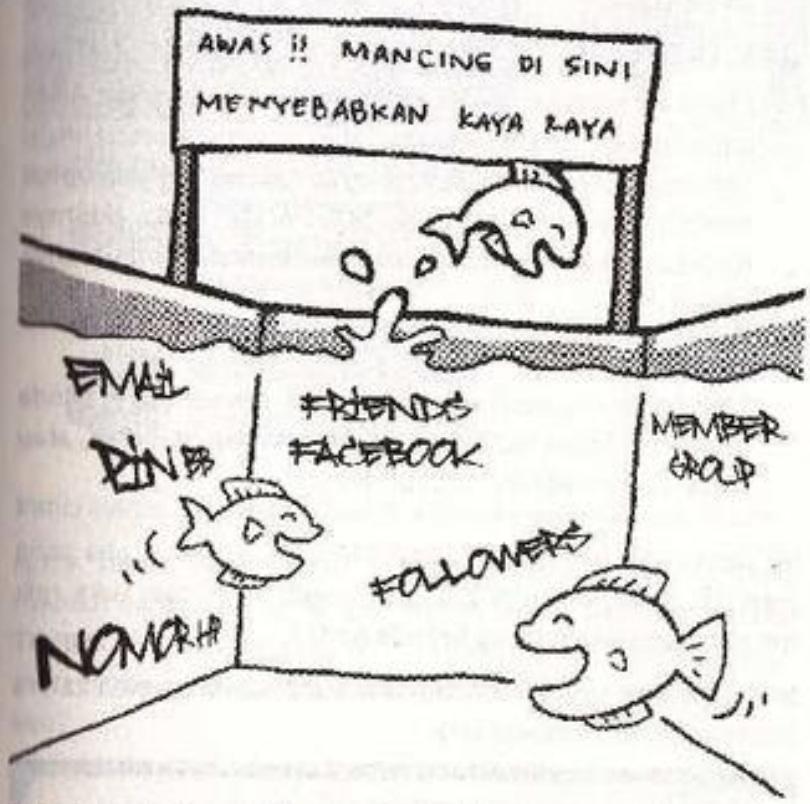
3. Untuk Mengumpulkan Member Grup Facebook

Anda mengumpulkan akun-akun facebook prospek dan buyer melalui Grup Facebook Khusus yang Anda buat. Ini tentu sangat mudah dilakukan. Tinggal buka facebook dan create group. Masukkan mereka dalam grup yang telah Anda buat.

4. Untuk Mengumpulkan Nomor Hanpdhone

Anda bisa mengumpulkan data nomor handphone mereka melalui autoresponder SMS. Anda bisa membeli aplikasinya dengan mencarinya di google. Buaanyak!

MASUKKAN IKAN KE DALAM KOLAM



Sekarang Anda sudah membuat kolamnya. Pertanyaannya, bagaimana caranya agar orang-orang mau memberikan database mereka kepada Anda melalui kolam-kolam tersebut? Itu kan yang Anda pikirkan?

Begini... sebelum Saya memberitahu caranya, Anda harus tahu terlebih dahulu motif orang mau secara sadar memberikan datanya kepada Anda:

☑ **INGIN BELAJAR**

Mereka ingin belajar dari Anda. Bisa jadi Anda dianggap ahli oleh mereka. Anda memiliki Auhority yang tinggi. Mereka benar-benar ingin menguras ilmu Anda. Caranya? Anda bisa memberikan ebook GRATIS kepada mereka.

Maka dengan begitu, Anda akan mendapatkan database dari mereka.

☑ SUKA DENGAN TOPIK PEMBAHASAN

Mereka menyukai topik pembahasan yang sering Anda bahas dalam forum, website, atau sosmed. Karena ingin berlanggan dengan Anda dan tidak ingin ketinggalan untuk mendapatkan newsletter atau tips-tips dari Anda, akhirnya mereka dengan senang hati memberikan databasenya kepada Anda.

☑ ADA PENAWARAN SPESIAL

Mereka menginginkan penawaran spesial yang Anda tawarkan. Entah itu berupa diskon, kupon, voucher, atau ikut webinar GRATIS, dan lain-lain.

Itu semua disebut dengan LEAD MAGNET. Pikirkan, apa yang menjadi daya tarik orang lain sehingga ingin dan suka rela memberikan databasenya kepada Anda?

Berikut adalah contoh penampakan yang dilakukan oleh Zalora dalam menarik database kita...

Ini pula yang dilakukan oleh Saya dan tim Billionaire Store untuk mendapatkan database orang-orang di Indonesia...

Kunci sukses dalam memasukkan ikan ke dalam kolam adalah...

Anda harus memberikan benefit terlebih dahulu kepada mereka yang menjadi target market Anda. Gunakan prinsip **TIMBAL BALIK**. Beri dulu, baru terima. Kasih sesuatu dulu ke mereka, baru Anda akan menerima database mereka. Paham, kan?

KASIH MAKAN

Apa yang akan Anda lakukan setelah mendapatkan ikan?

Banyak orang melakukan hal yang salah pada tahapan ke-3. Biasanya, setelah mereka mendapatkan banyak ikan, mereka langsung pancing satu per satu. Walah.. Ini SALAH!

Lantas, apa yang harus Anda lakukan?

Anda harus kasih makan mereka terlebih dahulu. Caranya? Sering-sering memberikan

edukasi dan tips-tips bermanfaat. Berikan value, value, dan value. Jangan dulu jualan! Ini adalah langkah awal Anda membangun relationship dengan mereka. Ingat selalu prinsip ini sampai kapanpun...

"Dalam jualan online, prinsipnya sederhana: SHARING-SHARING dahulu, SELLING-SELLING kemudian"

Yup! Betul sekali. Anda harus memberi makan mereka dengan cara memberikan sharing rutin dengan mereka terkait hal-hal yang mereka sukai dan butuhkan. Tujuannya adalah membangun Authority, menjalin kedekatan, dan pastinya menciptakan TRUST. Ingat, dalam jualan, TRUST adalah segalanya.

PANCING / JARING

Inilah saatnya Anda memancing ikan-ikan Anda. Ya, pancing ikan-ikan Anda. Lebih tepatnya: JARING!

Saya ingatkan Anda dari sekarang... Biasanya, jika terlalu sering sharing (berbagi), seringkali kita lupa selling (jualan). Ingat, tujuan utama melakukan ini semua adalah BISNIS. Yes, bisnis. Harus menghasilkan. Harus jadi uang. hehehe... ^_^

Jika tahapan-tahapan di atas Anda lakukan dengan

baik, maka jangan aneh kalau setiap jualan Anda akhirnya bisa laris manis tanjung kimpul. Inilah rahasianya!

Peran Copywriting

Dimanakah peran Copywriting?

Sadar tidak sadar, Saya baru saja menjelaskan kepada Anda tentang bagaimana mendatang traffic, prospek, leads, dan buyer yang sangat potensial dalam bisnis Anda. Disana Saya belum sama sekali menjelaskan tentang bagaimana Anda jualan dan mengedukasi mereka. Saya belum membahasnya. Kenapa? Karena itu semua adalah peran Copywriting.

Coba Anda perhatikan bagian "Conversion", dalam kasus membangun kolam ikan tersebut, Copywriting berperan untuk...

- Meyakinkan orang-orang sehingga mereka mau memberikan databasenya kepada Anda
- Membuat penawaran yang Anda cantumkan dalam landing page atau squeeze page yang Anda gunakan untuk memasukkan ikan-ikan ke dalam kolam Anda
- Menyusun newsletter atau tips-tips yang Anda berikan kepada mereka saat sharing
- Memastikan ikan-ikan Anda betah dan benar-benar siap menerima penawaran promosi dari Anda

Tak hanya itu, Copywriting akan membantu Anda untuk...

- Mengkonversi prospek menjadi pembeli
- Memperbanyak average sales
- Mengedukasi customer
- Mendapatkan referensi dari customer lama
- Mencari tim penjualan baik berupa reseller, dropshipper, agen, atau distributor
- dan lain-lain

Itulah peran Copywriting dalam bisnis Anda. Tugas Anda sangat banyak, cek saja poin-poin di atas. Itulas sejatinya yang harus Anda pikirkan sebagai Business Owner. Okey?

Action Pertama Anda!

Setelah Anda membaca bab satu buku ini, tugas Anda yang paling utama adalah **MENGUBAH MINDSET ANDA** tentang Bisnis Online. Setelah itu, barulah Anda memikirkan Strategi apa yang paling tepat dalam membesarkan bisnis Anda.

Coba berikan Saya jawaban...

- Kapan Anda akan mulai membangun kolam ikan Anda sendiri?
- Kapan Anda akan mulai membangun kolam ikan Anda sendiri?
- Kapan Anda akan mulai membangun kolam ikan Anda sendiri?
- Kapan Anda akan mulai membangun kolam ikan Anda sendiri?
- Kapan Anda akan mulai membangun kolam ikan Anda sendiri?

"Lho, kok pertanyaannya sama?"

Iya, sengaja. Karena Saya ingin memastikan jawaban Anda adalah **SEKARANG!** Bukan besok, atau nanti.

"Penundaan adalah awal dari Keterpurukan..."

Bagaimana, apakah Anda sudah mendapatkan pelajaran berharga di bab pertama buku ini?

Tenang.... Ini baru saja permulaan. Masih ada segudang ilmu dan pengetahuan yang akan mengubah bisnis Anda setelah Anda membaca dan mempraktikkan isi buku ini seluruhnya.

Ayo lanjutkan membaca!

BAB 2
CLOSING TANPA TATAP MUKA

"Cuma Koloran, Omzet Milyaran"

Hehehe... Membaca quote Saya di atas, sebagian orang akan tertawa karena mambaca kata 'kolor'. Sebagian lagi akan mengerutkan dahi dan berkata, "Masa sih?, "Ah, nggak mungkin!", "Alah, mustahil", dan lain-lain. Sebagiannya lagi (khususnya wanita) akan protes, "Saya kan wanita, masa koloran? Harusnya dasteran doonk!". ^_^ hihihi...

Yasudah... apapun yang Anda pikirkan sekarang, Saya hanya ingin memberitahu Anda bahwa semuanya itu bisa terjadi. Perlu bukti?

Saya adalah buktinya. Mungkin Anda selanjutnya. Aamiin...

Hypnotic Writing

Apakah Anda pernah mendengar istilah "Hypnotic Writing"?

Sadar tidak sadar, Saya sudah menggunakan teknik Hypnotic Writing di setiap buku yang Saya tulis. Itulah alasan kenapa banyak orang tidak merasa bosan ketika mereka membaca buku Saya. Anda juga begitu, kan? Udah, iya-kan saja, ya. hehehe... #Maksa ^_^

Saya mempelajari ilmu hipnosis dan NLP beberapa tahun yang lalu. Entah persisnya kapan, Saya lupa. Yang pasti, Saya tidak akan pernah melupakannya.

Ilmu yang Saya pelajari tersebut Saya terapkan untuk kepentingan berbicara, menulis, dan berbisnis....

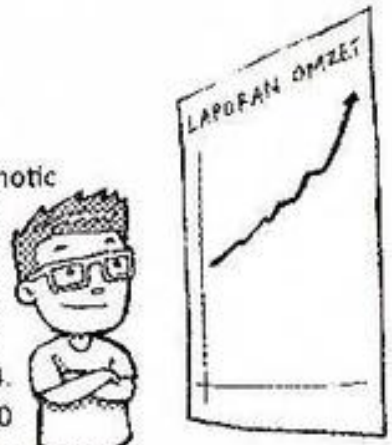
- Dalam berbicara, Saya gunakan saat berkomunikasi empat mata, direct sales, atau bahkan saat Saya memberikan sebuah Seminar atau Training.
- Dalam menulis, Saya gunakan untuk menulis buku-buku Saya yang dijual dengan harga yang cukup mahal (rata-rata di atas 200 ribu) agar mereka betah dan puas dengan isi tulisan Saya.
- Dalam berbisnis, Saya gunakan terutama untuk promosi dan jualan online. Inilah yang disebut dengan Copywriting.

Alhasil, gara-gara ilmu tersebut, Saya benar-benar bersyukur dan bahagia.

Saya semakin bersyukur dan bahagia ketika Saya menemukan buku bagus tergeletak di sebuah kamar klien Saya di Surabaya. Ketika itu, sehabis sholat, Saya dengan tidak sengaja melihat buku berjudul **HYPNOTIC WRITING** karya Joe Vitale berwarna hijau. Tanpa pikir panjang, Saya langsung mengambilnya dan membukanya. Saya meminta izin kepada klien Saya untuk meminjam buku tersebut. Tapi sayang, klien Saya tidak meminjamkan bukunya kepada Saya, tapi justru memberikan bukunya kepada Saya. Wah, Alhamdulillah.. Tentu ini membuat Saya jingkrak-jingkrak tanda bahagia... ^_^

Buku inilah yang mengubah cara berpromosi Saya bagai bumi dan langit. Terimakasih ya Allah... Engkau telah memberikan bantuan yang spektakuler melalui buku yang ditulis oleh Joe Vitale.

Closing Terus-Terusan



Saat Saya mempelajari dan mendalami Hypnotic Writing, tiba-tiba ada yang aneh dengan angka penjualan Saya. Omset yang ketika itu masih 30 juta, tiba-tiba naik jadi 200 juta, hanya dalam 3 bulan. Lebih aneh lagi, ketika melihat angka penjuaan bulan juni 2014. Omset 200 juta, melonjak drastis jadi 400 juta. Belum lagi, semakin kesini, omset Saya semakin melonjak-lonjak nggak karuan. Kok, bisa?

Ya, itu semua terjadi karena Saya tekun gila-gilaan dan action gila-gilaan. Ilmu ini Saya jadikan bahan utama untuk mempertajam skill Copywriting Saya. Itulah kenapa copywriting yang Saya gunakan kental dengan unsur hipnosis. Tujuannya satu: membuat pembaca mau membeli produk Saya... ^_^

Gara-Gara Copywriting

Banyak hal yang Saya rasakan ketika Saya mendalami ilmu Copywriting. Tentu bukan hanya dari segi angka penjualan saja, melainkan lebih dari itu.

Inilah beberapa hal yang Saya rasakan gara-gara copywriting...

TOP 10 AFFILIATE YUBISTORE

Saya belajar affiliate dari mentor Saya, mas Jaya Setiabudi. Alhasil, ketika beliau membuka kesempatan menjadi affiliate di Yubistore miliknya, Saya tidak pikir panjang dan langsung mendaftarkan diri.

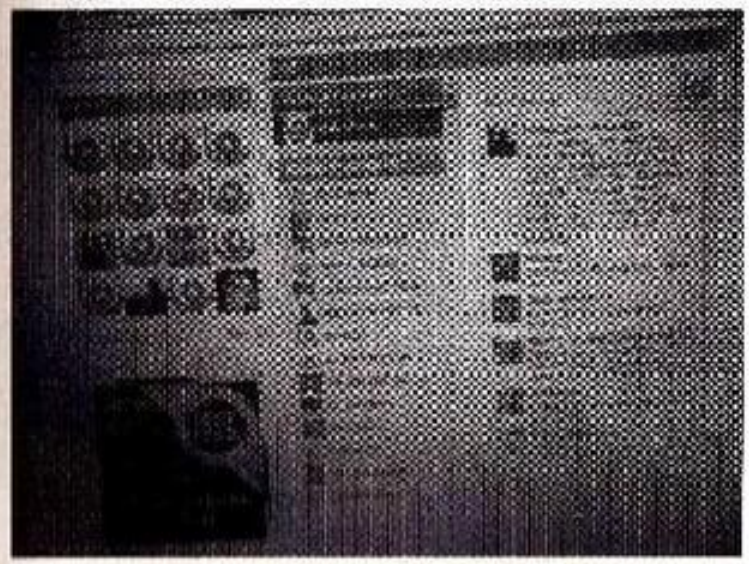
Baru pertama kali daftar, Saya seperti orang 'oon' (baca: bingung). Nggak ngerti sama sekali tentang profesi yang satu ini. Tapi Saya terus belajar, belajar, dan belajar. Alhamdulilah... perlahan hasilnya mulai terlihat. Bahkan tak hanya pecah telor dari affiliate, Saya kerap kali muncul di TOP 10 AFFILIATE Yubistore setiap bulannya.

Seingat Saya, Saya pernah mencatatkan diri sebagai nomor 1 top affiliate selama 5x, yaitu di bulan Desember, Januari, Februari, Maret, dan Juni. Padahal, jangankan menjadi Top Affiliate, pecah telor pun bagi orang awam (newbie) benar-benar sulit. Namun itu semua bisa terjadi karena Saya mendalami ilmu copywritng. Bayangkan saja... produknya sama, harganya sama, target marketnya sama. Lalu kenapa hasilnya berbeda-beda? Karena Copywriting yang digunakan saat promosi berbeda-berda.

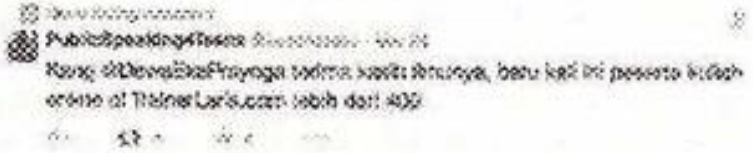
REKOR PESERTA KULIAH ONLINE TERBANYAK

Setiap selasa malam, di web TrainerLaris.com selalu diadakan kuliah online. Suatu hari Saya diminta oleh tim TrainerLaris untuk menjadi pemateri di kuliah online tersebut. Ketika itu Saya membahas tentang "Strategi Edan Omzet Milyaran".

Saya kaget, ketika Saya tahu ternyata Saya adalah orang yang memecahkan rekor peserta kuliah online terbanyak. Ketika itu terdapat 411 orang yang hadir secara online dan mengikuti kuliah online tersebut. Bahkan, 200 orang diantaranya adalah pendatang baru yang baru saja sign up.



Saking hebohnya, guru Saya, kek Jamil Azzaini, sampai-sampai membuat tweet di twitter tentang kehebohan Saya di trainer laris. Alhamdulillah... ^_^



MENJUAL 2212 EKSEMPLAR BUKU DALAM 1 BULAN SEBELUM TERBIT

Kali ini Saya berhasil memecahkan rekor penjualan Saya kembali. Jika sebelumnya Saya mampu menjual 2000 eksemplar buku dalam 2 bulan, kini Saya berhasil menjual 2212 buku hanya dalam waktu **1** bulan dan mencetak omset hingga 464 Juta. Padahal, Saya menjualnya dalam keadaan buku belum jadi. Hehehe.. GENDENG!

Pengiriman Buku ke-7. Dahsyat!

Bagaimana Saya bisa meyakinkan banyak orang dan membuat mereka saling berebut membeli buku yang Saya tulis? Lagi-lagi kuncinya adalah Copywriting.

BUKU BEST SELLER DI YUBISTORE

Tak hanya laris menjualnya lewat jaringan perusahaan Saya, yaitu Billionaire Store, buku-buku Saya pun selalu masuk kategori Best Seller di marketplace Yubistore. Bukan hanya laris di beberapa minggu atau bulan saja, melainkan hampir selalu ada setiap bulan. Apa rahasianya? Lagi-lagi adalah copywrting. Saya sealu memikirkan yang terbaik untuk Copywriting pada cover bukunya, isinya, dan juga iklannya. Hasilnya: LARIS!

MENGHADIRKAN 800 PESERTA SEMINAR

Bukan perkara mudah bagi Saya untuk mengumpukan ratusan orang dari seluruh Indonesia untuk datang pada sebuah seminar di Bandung. Alhamdulillah Saya kembali berhasil melampaui pencapaian Saya sebelumnya, yaitu 400 orang. Kini Saya berhasil menghadirkan 800 orang dari seluruh Indonesia. Tak hanya itu, sebanyak 367 tiket LUDES terjual saat pendaftaran baru dibuka. Bahkan, seluruh tiket sudah habis terjual 1 bulan sebelum acara diselenggarakan. Edan!

TINGKAT SHARE DI FACEBOOK YANG TINGGI

Setelah lama meninggalkan dunia facebook, akhirnya Saya kembali aktif di sosial media yang satu ini. Ternyata tidak mudah membuat status yang disukai hingga menimbukan tingkat like, komen, dan share yang tinggi. Padahal, saat di twitter Saya mampu membuat ribuan follwer Saya betah melihat timeline Saya. Huffh.... T_T

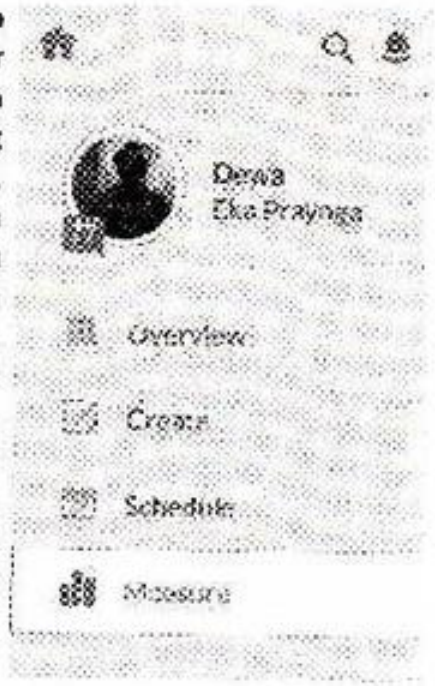
Bukan Dewa Eka Prayoga kalau gampang menyerah. Akhirnya... Saya pelajari pola copywritng di facebook agar status Saya bukan

hanya disukai, namun mampu menjadi viral dan menghasilkan banyak penjualan. Apa yang terjadi? Kini setiap status yang Saya buat ratusan orang rela berbagi Like, Komen, dan Share. Lagi-lagi, semuanya terjadi karena kedahsyatan Copywriting.

KLOUT NAIK JADI 77

Seperti yang Anda ketahui, saat ini kita bisa mengukur tingkat pengaruh kita di sosial media. Salah satu toolsnya adalah Klout.com. Semakin tinggi nilai kloutnya, maka semakin tinggi pengaruhnya. Semakin tinggi pengaruhnya, maka semakin besar % Closingnya.

Sebelumnya, Saya hanya memiliki skor klout sebesar 63. Namun, setelah Saya mendalami ilmu copywrting di Twitter dan Facebook, dalam kurun waktu 3 bulan bahkan kurang. Saya mampu meningkatkan skor klout Saya hingga 77. Alhamdulillah... setara dengan skor klout para selebritis di sosial media. Dampaknya dapat dirasakan dari penjualan. Jika sebelumnya Saya hanya closing penjualan sekitar 40 juta sehari, kini Saya sudah bisa closing 272 Juta dalam sehari. Alhamdulillah...



Inilah Cerita Mereka...

Awalnya Saya mengira bahwa Saya hanya beruntung. Ternyata Saya salah. Ilmu ini tidak hanya sukses Saya praktikan sendiri. Para Alumni seminar dan penikmat DVD copywrting Saya pun mengalami hal yang serupa dalam bisnisnya. Nggak percaya?

Coba simak cerita mereka...

Hanya Ibu Rumah Tangga, Tembus Omset 100 Juta!

Tidak mudah bagi seorang ibu rumah tangga dalam membangun bisnis online yang sukses. Hal itu lah yang dialami oleh Dwi Lestari. Ia Memulai bisnis online di tahun 2013 dan bermitra dengan salah satu produk kesehatan. Setelah dijalani, ternyata hasilnya belum memuaskan. Bahkan ia sempat terpikir untuk kembali bekerja dan meninggalkan bisnis onlin.e yang sedang digelutinya. Namun, hal itu berubah ketika ia mengenal ilmu COPYWRITING.

Ia belajar copywriting pertama kali dari buku Tembus Omset 100 Juta Modal BlackBerry, tepatnya pada bab: Sekali Broadcast Dapat Cash. Berkat memahami 7 anatomi penting Copywriting dalam broadcast, kini %closingnya meningkat sangat pesat. Dulu pusing nunggu orderan, sekarang toko onlinenya, www.TokoPembalut.com, malah pusing kebanjiran order dari BBM. Tak puas belajar copywriting dari buku, ia pun belajar lebih dalam ilmu copywriting dari DVD Seminar Copywriting. Makin paham ilmu dan pola dalam promosi membuat orderannya semakin meningkat hingga tembus Omset 100 Juta dari bisnisnya. Hasil yang hebat bagi seorang Ibu rumah tangga!

150 Buku Ludes Terjual dalam 4 hari!

Sebagai seorang internet marketer, istilah copywriting tidak asing lagi bagi beliau. Namun, ilmu copywriting baru benar-benar beliau rasakan setelah membaca buku-buku Saya dan bergabung menjadi reseller Billionare Store.

Saya selalu rutin mengirimkan broadcast edukasi dan promosi untuk membimbing reseller-reseller Saya. Ternyata, setiap broadcast dari Saya ia pelajari dan praktekkan. Hasilnya, disaat orang lain benci mendapat broadcast, malah teman-teman di BB-nya ingin mendapat broadcast. Aneh, kan? Hehehe...

Tidak cukup sampai disitu. Dengan ilmu copywriting yang saya ajarkan, ia juga berhasil mememecahkan rekor penjualannya selama ini. Ia berhasil menjual 150 buku dalam waktu 4 hari saja. LUAR BIASA!

Closing 38,7 Juta hanya dalam Sehari!

Saya bertemu dengan Mas Yayat saat seminar copywriting yang Saya adakan di Bandung. Disitulah ia mengenal ilmu copywriting untuk mempromosikan produknya yaitu Jas Koko.

Sebelum belajar ilmu copywrtiing, ia selalu bingung dalam membuat iklan yang ciamik sehingga membuat omsetnya stagnan. Setelah belajar copywriting dari buku, seminar, dan workshop yang Saya adakan, hasilnya luar biasa. Terbukti: 176 buah Jas Koko ludes terjual dan mencetak

omset 38,7 Juta dalam sehari. Ia juga menggunakan ilmu copywritingnya dalam mencari agen Jas Koko. Hasinya juga Gila, 42 Agen bergabung dan menghasilkan omset 14,7 Juta dalam sehari. Kini omsetnya sudah ratusan juta per bulan, bahkan mampu mengekspor produknya sampai ke mancanegara.

Sibuk Bekerja, Raup 39,5 Juta dalam 3 hari!

Sukses berbisnis sambil bekerja tidaklah mudah. Namun, hal ini tidak terjadi dengan Ayen Sakun. Meski ia sibuk bekerja sebagai Buruh Migran Indonesia di Hong Kong, namun ia mampu menjalankan bisnis Event Organizer dan Toko Buku di sela sela waktu kosongnya. Omset bisnisnya mencapai puluhan juta per bulan. Hal tersebut terjadi setelah ia memutuskan untuk bergabung dalam program mentoring Saya yaitu, Reseller GENDENG.

Salah satu ilmu yang Saya ajarkan padanya di padepokan gendeng adalah copywrting. Setelah ia praktekkan ilmu itu,

hasilnya luar biasa. Penjualan di toko bukunya mampu menjual 500 buku dan meraih omset 39,5 Juta hanya dalam 3 hari. GENDENG!

Kini Giliran Anda Membuktikannya!

Cepat atau lambat Anda akan segera mengetahuinya. Menguasainya. Membuktikkan. Lihat saja!

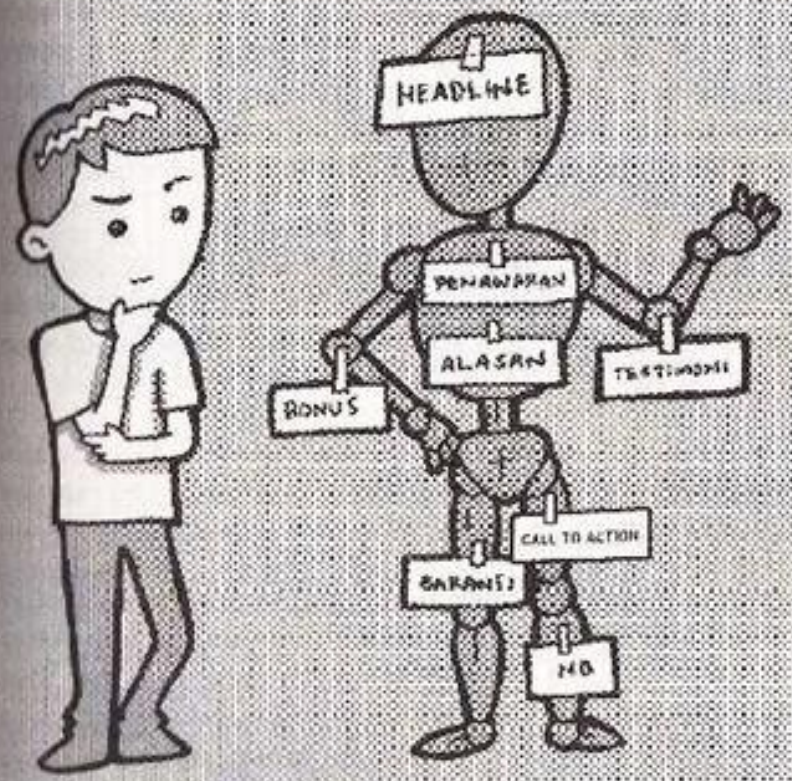
Jangan percaya kata-kata Saya, sedikitpun, sama sekali, sebelum Anda sendiri membuktikannya.

Kini giliran Anda membuktikan apa yang Saya katakan. Tekun gila-gilaan, action gila-gilaan.

Namun, sebelum Anda action gila-gilaan, pelajari dulu ilmunya dari bab 3 sampai bab terakhir dalam buku ini. Silakan buka halaman berikutnya...

BAB 3

ANATOMI COPYWRITING



"Semakin Mengenal Polanya, semakin mudah Mendapatkan Hasilnya... "

Jika Anda ingin melupakan cerita-cerita Saya di bab sebelumnya, silakan lupakan saja. Itu semua tidak penting, sampai Anda benar-benar mempraktikkannya dan merasakannya sendiri.

Kali ini Saya ingin membahas sebuah pola. Ya, POLA.

Ternyata memang ada polanya. Saya menemukannya setelah Saya berhasil mempraktikkannya berkali-kali. Ada pola khusus yang Saya temukan. Saya menamakannya dengan sebutan: ANATOMI.

Di setiap anatomi tersebut, Anda harus memahaminya dengan baik. Ada yang rumit, ada yang sederhana, tergantung media promosinya. Tapi tenang, Anda tidak perlu khawatir, tugas Saya adalah membantu Anda agar Anda bisa dengan mudah memahaminya, sebagaimana maksud dari judul buku ini: **EASY COPYWRITING.**

Namun, sebelum terlalu jauh membahas tentang anatomi tersebut, Saya ingin bertanya dulu kepada Anda, apakah Anda sudah benar-benar mengerti apa yang dimaksud dengan Copywriting? ^_^

Analogi Sederhana

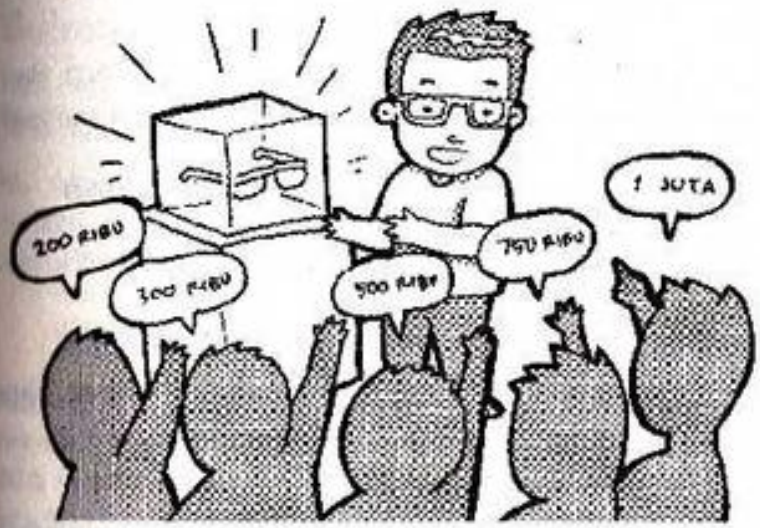
Saya ingin mengawali bab ini dengan sebuah cerita.

Sejak awal tahun 2015, Saya benar-benar mengubah penampilan Saya. Saya kesal, karena banyak orang mengira usia Saya di atas 30 tahun. Duh, itu namanya pelecehan seksual -_- Usia Saya saat ini kan masih 20-an. Kok bisa-bisanya mereka mengira Saya berusia 30 tahun. Huffh.... Mungkin karena penampilan Saya memang kuno kali.

Akhirnya... Saya memutuskan untuk merombak penampilan Saya. Kemeja, Saya ganti jadi kaos. Celana bahan, Saya ganti jadi

jeans. Sepatu van topel, Saya ganti jadi sepatu cats. Satu lagi yang tak kalah penting: KACAMATA. Yes, sekarang Saya memakai kacamata. Konon katanya kacamata itu bisa meningkatkan kegantengan hingga 200%. hehehe.... Bercanda *tapi nyata, lho* ^_^

Baiklah... Lupakan cerita singkat Saya diatas. Walaupun Saya yakin Anda tidak bisa melupakannya. hihihi... Poinnya adalah, Saya akan menggunakan KACAMATA sebagai analogi sederhana.



Begini... Saat seminar Jago Jualan, biasanya Saya bertanya kepada para peserta, "Kira-kira, menurut kalian, berapa harga kacamata yang Saya pakai saat ini?". Spontan mereka menjawab, "Rp 200.000...300.000... Rp 500.000...", dan lain-lain. Ternyata jawabannya memang bermacam-macam. Setelah itu, Saya menambahkan informasi tambahan kepada mereka, "Kacamata Saya ini asli, bukan palsu yang biasa dijual di pinggiran jalan. Tebak, berapa harganya?". Lalu mereka menjawab, "Rp 700.000... Rp 1 juta.... Rp 1,5 juta...", dan lain-lain. Lalu Saya menambahkan informasi tambahan lagi, "Kacamata Saya ini asli buatan italy, bukan merk Indonesia. Berapa harganya?. Mereka berpikir sejenak dan kemudian menebak, "Rp 2 juta...

Rp 2,5 juta.... Rp 3 juta...", dan lain-lain. Terakhir, Saya kembali menambahkan informasi tambahan, "Kacamata Saya ini asli buatan italy dengan frame yang kuat dan lensa anti UV. Kalau pas dipakai di luar dan kena matahari, lensanya berubah jadi warna hitam. Berapa harganya?". Mereka langsung berkata, "Wah kalau gitu harganya mahal kang. Rp 4 juta... Rp 5 juta... Rp 6 juta...". Ya, akhirnya mereka menebak harganya dengan tepat. Harga kacamata yang Saya pakai saat ini adalah Rp 6 Juta.

Apa pelajaran penting yang bisa Anda ambil dari analogi Saya di atas?

Ya, sadar tidak sadar, Saya sedang menjelaskan INTI dari Copywriting kepada Anda. Apakah Anda sudah menemukannya?

"Copywriting adalah segala bentuk tulisan di media apapun yang bertujuan untuk mempromosikan produk Anda..."

Apa hubungannya dengan analogi sederhana Saya di atas?

Saya memang tidak menunjukkan contoh Copywriting. Tapi Saya menunjukkan MAKSUD dari Copywriting.

Inilah pelajaran yang bisa Anda ambil...

- ☑ Pertama, jika orang belum teredukasi tentang apa sebenarnya yang Anda jual, belum ada pendekatan, dan belum ada penjelasan, maka orang akan menolak untuk membeli produk Anda.
- ☑ Kedua, jika orang belum tahu fitur dan detail benefitnya, apa manfaatnya buat mereka, dan bagaimana fungsinya, maka orang cenderung akan menebak-nebak harganya.
- ☑ Ketiga, semakin detail informasinya, semakin besar value yang ditangkap oleh pembaca. Ketika value membesar, harganya akan naik, keberatannya turun, dan akhirnya terjadilah penjualan (closing).

"Tidak ada harga yang mahal, yang ada hanya market yang belum teredukasi dengan benefit yang diberikan.."

Apakah Anda dapat menangkap maksud Saya di atas? Apakah Anda bingung?

Tenang.... Jangan khawatir. Anda pasti memahaminya, kok. Yuk lanjutkan membaca!

Bukan Seni Menipu Orang

Ada satu hal yang Saya khawatirkan ketika Anda menguasai ilmu Copywriting ini. Apa itu?

Ya, Ilmu ini digunakan untuk menipu orang. Ah... TIDAK. Jangan sampai. Karena Saya yakin Anda bukan tipe orang yang demikian. Iya, kan?

"Kalau Niatnya lurus, Rezekinya mulus.."

Ada cerita menarik yang terjadi pada kami ketika kami menjual buku ke-4 berjudul **DIJAMIN PENGHASILAN 10 JUTA PER BULAN**. Saat kami baru saja menyebarkan Broadcast via BlackBerry, tiba-tiba ada salah seorang buyer (pembeli) yang

transfer dan memberikan alamatnya. Dua hari kemudian, orang tersebut kembali menghubungi admin kami dan menanyakan bukunya, "Halo, Mba. Bukunya kok belum nyampe ya?". Admin Saya menjawab, "Lho, itu kan pre-order bu...". Orang tersebut spontan merespon, "Wah kamu nipu Saya ya?". Sambil mengelus dada, admin Saya membalas, "Mohon maaf ibu sebelumnya, ibu pesan buku yang mana ya? Soalnya buku kami lumayan banyak...". Orang tersebut kembali menjawab, "Tuh, kan.. Kamu bener-bener nipu Saya ya? Awas ya Saya laporkan...".

Gubrakzz!!!! -_-

Entah kenapa, hal-hal seperti ini sering kami alami. Mungkin, mereka terhipnosis oleh copywriting yang Saya sebarkan. Tiba-tiba transfer, tanpa mikir panjang, tanpa tahu apa yang dia beli. Nah, lho... Ilmu kaya gini kan bahaya? Iya, kan?

Pokoknya, bagaimana caranya saat Anda menggunakan ilmu copywriting ini (nanti), Anda harus berlaku jujur dan tidak menipu orang. Okey? Janji ya sama Saya? ^_^ sip!

Anatomi Copywriting

Inilah inti dari pembahasan bab ini. Selama satu bab kedepan, Anda akan belajar tentang anatomi Copywriting yang harus Anda cantumkan di setiap naskah iklan atau promosi Anda.

Berikut adalah anatominya...

HEADLINE

Headline adalah bagian terpenting dari iklan atau promosi Anda. Kita akan membahas tentang cara menulis headline yang bagus nanti. Sebentar lagi. Sekarang Anda hanya perlu menyadari bahwa keberadaan headline sangatlah penting. Penting sekali.

"3 Detik Pertama Anda menentukan segalanya..."

Headline adalah iklannya iklan Anda. Jika headline Anda

tidak cukup membuat orang tertarik, maka Anda sudah pasti kehilangan kesempatan mereka untuk membaca penawaran Anda selanjutnya dalam Copywriting yang sudah Anda buat. Ujung-ujungnya, nggak closing, deh.. Pusing, deh.. Capek, ceh... T_T

PENAWARAN

Orang-orang tidak membeli produk Anda karena semata-mata mereka membutuhkannya. Maksudnya?

Penawaran Anda lah yang membuat mereka merespon apa yang Anda jual. Yes. Ini berhubungan dengan apa yang Anda jual. Anda harus tahu apa yang menjadi masalah pembaca, apa yang diinginkan oleh pembaca, dan Anda harus memberitahu mereka bahwa Anda memiliki solusi atas permasalahan tersebut

"Sebuah promosi akan gagal jika penawarannya tidak cukup kuat..."

Apa saja yang harus Anda cantumkan pada bagian penawaran ini?

1. **PENGANTAR**

   Dalam kenyataannya, Anda harus menyajikan penawaran dalam bentuk cerita. Ada pengantar atau intro yang menyambungkan headline ke penawaran itu sendiri. Tujuannya tiada lain adalah untuk membangun kedekatan (rapport) dengan pembaca. Anda bisa melakukannya dengan menyapa mereka, tanya kabar, say "hi", memperkenalkan diri, latar belakang diri Anda, dan lain-lain.

2. **DESKRIPSI PRODUK**

   Disini Anda harus menjelaskan apa persisnya yang Anda jual. Tunjukkan kepada pembaca bagaimana Anda dapat membantu mereka memecahkan permasalahannya.

Beritahu mereka apa nama produk yang Anda jual. Jelaskan sedetil mungkin.

3. **DETAIL MANFAAT**

   Anda harus benar-benar memastikan bahwa mereka paham dengan apa yang Anda tawarkan. Beritahu mereka detail manfaat dari produk yang Anda jual. Jelaskan benefitnya, bukan hanya fiturnya. Ingat, orang beli "tidur nyenyak", bukan spring bed. Orang beli "sesuatu yang dapat menghilangkan ketombe", bukan shampoo.

"Fokuslah menjelaskan BENEFIT, bukan FITUR..."

ALASAN

John Caples pernah berkata, "Alasan yang paling sering membuat iklan gagal adalah: pengiklan lupa menjelaskan, mengapa orang-orang harus membeli produk/jasa Anda."

Ingat, perbedaan jualan (selling) dan bualan (telling) salah satunya terletak pada kemampuan Anda menjelaskan poin "WHY" ketimbang "WHAT".

Inilah yang harus Anda yakinkan kepada para pembaca iklan Anda...

- ☑ Kenapa produk Anda lebih baik daripada produk kompetitor yang sejenis?
- ☑ Kenapa mereka harus percaya kepada Anda?
- ☑ Kenapa mereka harus membeli produk Anda?
- ☑ Kenapa mereka harus beli sekarang, tidak besok, atau kapan-kapan?
- ☑ Kenapa Anda memberikan penawaran demikian? Apa alasannya?
- ☑ Kenapa mereka harus mengikuti saran Anda?
- ☑ Kenapa....?

"Jika Anda ingin membuat pembaca Anda yakin dengan penawaran Anda, maka Anda harus membuat ALASAN YANG KUAT kenapa mereka harus membeli produk Anda..."

Dalam penulisannya di Copywriting, Anda bisa menggunakan frasa-frasa seperti berikut ini...

- 7 Alasan Kenapa Anda HARUS beli...
- Mengapa produk ini WAJIB Anda miliki?
- Kenapa ini penting untuk Anda coba?
- Ini alasan kenapa Anda harus bergabung menjadi...
- Selain alasan ini, alasan apa lagi yang membuat Anda tidak membeli produk ini?

BONUS

Seberapa sering Anda membeli produk tertentu bukan karena Anda menginginkan produk utamanya, melainkan karena Anda ingin mendapatkan bonus yang diberikannya? Sering, bukan?

"Adanya BONUS akan semakin menguatkan pembaca untuk membeli produk Anda..."

Ya. Bagaimanapun juga, orang suka dengan yang namanya: BONUS. Bonus adalah sesuatu yang Anda berikan di luar produk utama yang Anda tawarkan. Jika Anda hanya menjual produk utamanya saja tanpa memberikan bonus tertentu, maka Anda tidak cukup kuat membuat mereka bergerak membeli produk Anda.

Dalam memberikan bonus, ada 3 hal yang mesti Anda perhatikan, diantaranya...

1. **ADA NILAINYA**

   Jika Anda ingin memberikan bonus ebook, maka berikan penjelasan dari nilai ebook tersebut, misalnya Ebook GRATIS Bagaimana Medongkrak Produktivitas dalam 7 hari

senilai Rp 297.000. Intinya: Gunakan kata "Senilai Rp..." dalam bonus yang Anda berikan.

2. **RELEVAN**

   Ada hubungannya dengan produk utama yang Anda jual. Jika produk Anda jilbab, maka beri mereka bonus bross (atau sejenisnya). Jika produk Anda handphone, maka beri mereka bonus powerbank (atau sejenisnya). Dan seterusnya.

   Apakah itu artinya Anda tidak boleh memberikan bonus yang tidak relevan?

   Boleh... tentu boleh. Tapi, saran Saya, sebaiknya Anda memberikan bonus yang relevan. Kenapa? Supaya value dari produk yang Anda jual tidak melenceng.

3. **BERKUALITAS**

   Bonus yang Anda berikan harus benar-benar berkualitas. Jangan pernah sekali-kali memberikan bonus yang Anda sendiri tidak menginginkannya jika Anda berada di posisi pembeli.

TESTIMONI

Semakin banyak testimoninya, maka copywriting Anda semakin dipercaya. Adanya testimoni akan membantu Anda untuk tidak terlau capek menjelaskan tentang product knowledge. Kenapa? Karena orang akan percaya dan bisa menyimpulkannya sendiri. Produk Anda benar-benar bagus dan berkualitas. Buktinya, mereka pun mengatakan demikian. Tak hanya itu, adanya testimoni sadar tidak sadar akan meningkatkan konversi penjualan produk Anda. Ingat, setiap orang butuh kepastian. Jika ada pelanggan lama yang memberikan kesaksian atau testimoni tertentu, maka itu akan meyakinkan mereka bahwa produk Anda benar-benar bagus.

Sebenarnya bukan hanya testimoni, melainkan APAPUN yang berhubungan dengan sesuatu yang dapat meningkatkan

kredibilitas Anda. Misalnya, endorsement, sertifikat, ISO, BPOM, pengakuan, dan lain-lain.

"Semakin banyak testimoninya, semakin orang yakin dengan produk yang Anda jual..."

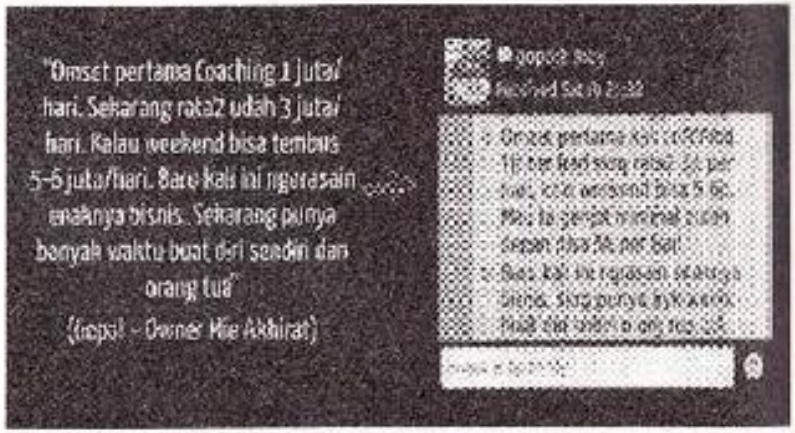
Pertanyaannya, bagaimana caranya mendapatkan testimoni?

Berikut adalah tips dari Saya dalam meminta dan menggunakan testimoni:

- Mintalah kepada pelanggan yang sudah menggunakan produk Anda. Saat meminta testimoni, gunakan pertanyaan yang tepat. Jangan salah bertanya, misalnya: "Bu, boleh minta testimoninya?. Pertanyaan seperti ini memiliki dua pilihan jawaban: "Boleh" dan "Nggak". Syukur-syukur kalau jawabannya "Boleh", lha kalau jawabannya "NGGAK!". Karenanya, gunakan pertanyaan yang tepat, misalnya: "Bu, gimana perasaan ibu setelah menggunakan produk Saya?", "Apa tepatnya yang ibu rasakan setelah memakai produk Saya?", "Apa dampak positif yang mba rasakan setelah mengkonsumsi produk Saya?, "Apa komentar positif bapak mengenai produk yang sudah bapak pakai?", dan seterusnya.
- Jangan menunjukkan semua testimoni. Tunjukanlah hanya testimoni yang memang terlihat dahsyat dan mampu memperlihatkan betapa hebatnya produk Anda bagi pelanggan.
- Tunjukkan testimoni yang spesifik. Karena semakin spesifik, semakin orang akan merasa bahwa testimoni tersebut benar-benar terjadi, misalnya: "Berat badan Saya turun 8 kg", "Omzet Saya naik 3x lipat", "Tinggi badan Saya naik 5 cm", "Wajah Saya sekarang terlihat makin putih dan bersih", dan lain-ain.
- Tunjukkan nama dan foto/screen shootnya. Orang akan lebih percaya jika mereka diperlihatkan nama dan

fotonya, atau screen shoot aslinya, tidak hanya sekedar kata-katanya saja.

- Coba Anda lihat gambar testimoni di dibawah ini... Saya yakin Anda cenderung lebih percaya yang kanan ketimbang yang kiri. Iya, kan? Itulah maksudnya...



- Tayangkan dalam bentuk video atau cerita, karena orang-orang lebih suka membaca cerita. Karenanya Anda sekali-kali perlu membuat artikel khusus tentang kisah dan cerita tentang kesaksian mereka setelah menggunakan produk Anda.
- Minta izin terlebih dahulu kepada mereka yang namanya akan dicantumkan dalam setiap media promosi Anda. Jika diizinkan, maka cantumkan. Jika tidak, maka jangan. Kalaupun Anda tidak ada waktu untuk meminta izin kepada sekian banyak orang yang memberikan testimoni tersebut, gunakan prinsip ini: "Lebih baik minta maaf daripada minta izin". hehe ^_^

Ingat, pembaca iklan Anda akan lebih mudah percaya kepada orang lain daripada kepada Anda sebagai penjual. Kalau Anda yang 'ngecap' dan bilang bagus tentang produk Anda, mereka akan berpikir, "Wajar dong kalau kamu bilang produkmu bagus, kan kamu yang jualannya". Akan lain cerita ketika orang lain yang menjualkan produk Anda, mereka akan lebih mudah percaya dan akhirnya membeli produk Anda.

GARANSI

Adanya garansi akan menghancurkan keraguan orang untuk membeli produk Anda. Garansi Anda harus menyentuh rasa frustrasi terbesar yang dialami oleh mereka. Karenanya, Anda harus benar-benar memahami perasaan mereka. Beritahu mereka bahwa Anda mengerti masalah mereka dan ingin membantu mereka. Bangun rasa empati. Gunakanlah bahasa mereka saat menuliskannya. Dengan begitu, mereka pun akan senang bertransaksi dengan Anda.

Bagaimana jika Anda tidak mampu menggaransi produk Anda?

Jika Anda tidak mampu menggaransinya, maka itu artinya Anda tidak yakin dengan produk yang Anda jual. Coba tanyakan pada diri sendiri, apakah Anda benar-benar yakin dengan produk yang Anda jual? Jika benar-benar yakin, apakah Anda mampu memberikan garansi kepada mereka?

"Ketakutan terbesar yang dimiliki oleh calon pembeli adalah rasa takut dibohongi dan terlihat bodoh..."

CALL TO ACTION

Tujuan dari call to action adalah bagaimana caranya agar pembaca benar-benar terdesak untuk melakukan action sekarang juga dengan memesan atau membeli produk yang Anda tawarkan.

"Jika Call to Action Anda lemah, maka orang-orang hanya menikmati tulisan demi tulisan yang Anda sajikan, tapi mereka tidak akan membelinya..."

Dalam menulis call to action, inilah tips dari Saya yang harus Anda perhatikan....

- ☑ Tulis lebih dari satu kali. Ini akan memberikan efek hipnosis. Mungkin Anda merasa bosan, tapi tidak dengan pembaca. Secara pikiran bawah sadar, mereka akan suka. Ujung-ujungnya, mereka akan beli.
- ☑ Satu perintah dalam satu penawaran. Jika Call to Action Anda adalah meminta mereka menghubungi nomor yang Anda cantumkan, maka mintalah mereka melakukan itu. Jangan berikan kalimat Call to Action dengan perintah yang berbeda-beda. Pusing.
- ☑ To the point. Jangan berbelit-belit. Langsung aja pada poin intinya. Suruh mereka beli sekarang juga.

Berikut adalah contoh frasa Call to Action yang bisa Anda gunakan...

- Beli sekarang!
- SMS sekarang1!
- Subscribse disini
- Invite pin BB xxxx
- Join grup facebook disini
- Klik disini
- Telepon sekarang juga!
- Dapatkan katalog GRATIS kami. Hubungi ...

- Untuk informasi lebih lanjut, hubungi....
- Action sekarang juga!
- Putuskan sendiri!
- Lakukan hari ini
- Jangan ragu-ragu! SMS xxxx sekarang!
- Berminat? Hubungi...
- !Daripada hanya membacanya, mengapa Anda tidak.....
- Buktikan sendiri!
- Jadi, tunggu apa lagi? Klik disini
- Anda harus mengambil keputusan penting SEKARANG!
- Hanya ada satu kesimpulan. BELI SEKARANG!

N.B

N.B adalah singkatan dari nota bene. Anda yang sering menulis atau menerima surat, tentu sering mendapati adanya tulisan tersebut di akhir surat. Iya, kan?

Banyak orang melupakan anatomi yang satu ini. Saya pribadi sangat menyukai ini. Bahkan, ini elemen terpenting kedua setelah headline.

"Keberadaan N.B akan memaksa pembaca untuk benar-benar action sekarang juga..."

Dalam N.B, Anda sebaiknya menyebutkan kenapa pembaca mesti mengambil keputusan sekarang juga, tidak menundanya sampai besok atau kapan-kapan. Anda bisa melakukannya dengan mencantumkan 3 hal ini, yaitu:

1. **SOCIAL PROOF**

   Tunjukkan berapa banyak orang yang sudah menggunakan produk Anda. Beritahu pembaca bahwa mereka sudah puas dengan produk yang Anda jual.

2. **SCARCITY**

   Berikan keterbatasan dari segi jumlah orang yang berhak membeli, jumlah stok produk tersisa, jumlah seat tersisa, jumlah produksi, waktu promo berlaku, dan lain-lain.

3. **URGENCY**

   Takut-takuti pembaca. Beritahu mereka apa kerugian yang akan rasakan jika tidak action dengan segera. Tunjukkan urgensinya. Kasih tahu mereka bahwa Anda menginformasikan penawaran tersebut ke banyak orang, sedangkan kuota produk yang Anda jual sangatlah terbatas.

Dalam praktiknya, Anda bisa mengkombinasikan ketiga hal tersebut untuk dicantumkan dalam N.B.

Berikut adalah contoh frasa-frasa yang bisa Anda gunakan dalam menulis N.B...

- Siapa Cepat, Dia Dapat!
- Lebih dari 1500 orang sudah merasakan kedahsyatan dari produk ini. Kini giliran Anda.
- Saya baru saja menginfokan ini ke lebih dari 50.000 orang. Kuota hanya 200 orang. Daftar sekarang!
- Sekarang adalah saat yang terbaik! SMS xxxx sekarang.
- Kami tidak mengatakan kami yang terbaik, merekalah yang mengatakannya. Anda berikutnya.
- Harga hanya berlaku untuk 50 pemesan tercepat. Jika HABIS, maka Saya akan menutup penjualan ini segera!
- Pada email berikutnya, Saya akan memberitahu Anda Bagaimana Cara Pre-Order buku ini. Saya pun akan kasih BONUS SPESIAL senilai Rp 1.387.000. Hanya untuk besok. Ya, besok.
- Harga Early Bird hanya sampai tanggal 27 April 2015 saja. Pastikan Anda mendaftar sebelum terlewat. Okey?

- Penawaran Gendeng ini berlaku khusus untuk hari ini saja sampai jam 24.00 WIB. Beli, atau Gigit Jari
- Sssst....!! Kalau boleh jujur, gara-gara produk ini, Saya bisa mencetak KEUNTUNGAN bersih lebih dari Rp.175.000.000 hanya dalam 5 hari, lho. Edan, kan? Cobain deh!
- Pada email berikutnya Saya akan kembali membuka Pre Order Buku "Dongkrak Omzet Milyaran Dengan Tim Penjualan" kloter ke-2. Seperti yang Anda tahu, harga buku akan Saya naikkan menjadi Rp 420.000. Namun khusus untuk (Dewa), Saya akan memberikan DISKON khusus dan Penawaran Spesial. Tunggu infonya dari Saya ya!
- Bergabunglah dengan seribu konsumen yang puas lainnya hari ini juga!

Jangan Dihafal!

Saya tidak meminta Anda untuk menghafal urutan anatomi Copywriting di atas. Tenang, Anda tidak perlu menghafalnya. Anda cukup memahaminya.

Di bab berikutnya, Anda akan menemukan bahwa anatomi tersebut akan berubah urutannya tergantung dari media promosi yang Anda gunakan. Bahkan, ada beberapa anatomi yang hilang untuk media tertentu. Ada lagi anatomi tambahan yang mesti disuntikkan di media lainnya. Intinya: Anda harus benar-benar paham bahwa Copywriting yang Menjual akan memiliki anatomi-anatomi tersebut di atas.

DAFTAR CHECKLIST COPYWRITING

Saat menulis copywriting, inilah daftar checlist yang hampir SELALU Saya gunakan sebelum mempublikasikannya ke banyak orang...

- ☑ Apakah HEADLINE Saya sudah Menarik perhatian pembaca dalam 3 detik pertama?
- ☑ Apakah Saya sudah MEMBANGUN RAPPORT dengan pembaca? (Say "Hi", perkenalan, menyapa, mendoakan)
- ☑ Apakah pengantar yang Saya berikan sudah memenuhi prinsip YES-SET? (Membuat pembaca mengangguk-ngangguk dalam hatinya dan berkata "YA")
- ☑ Apakah Saya sudah menjelaskan DETAIL BENEFIT produk yang Saya tawarkan kepada pembaca?
- ☑ Apakah Saya sudah menjelaskan secara gamblang alasan orang kenapa harus beli produk Saya? (REASON TO BUY)
- ☑ Apakah di copywriting yang Saya buat sudah tercantum TESTIMONI dari pelanggan?
- ☑ Apakah Saya sudah cukup membuat orang PENASARAN dengan apa yang Saya tawarkan? (CURIOUS)
- ☑ Apakah copywriting yang Saya buat sudah memainkan unsur SIMILARITY dengan pembaca? (Membangun kesamaan, tukar tempat, before after now)
- ☑ Apakah closing statement yang Saya gunakan menggunakan pertanyaan DOUBLE BINDING atau tetutup? (Pertanyaan pilihan yang jawabannya ya dan ya)
- ☑ Apakah copywriting yang Saya buat mengandung unsur SCARCITY? (Kelangkaan dari jumlah barang/stoknya, jumlah produksinya, jumlah pembelinya, akses membelinya)
- ☑ Apakah penawaran yang Saya buat bersifat NOW OR NEVER? (Dapat mengatasi orang yang menunda-nunda beli nanti, besok, atau kapan-kapan)
- ☑ Apakah Saya sudah memainkan AUTHORITY Saya? (Menyarankan, menyuruh, merekomendasikan)

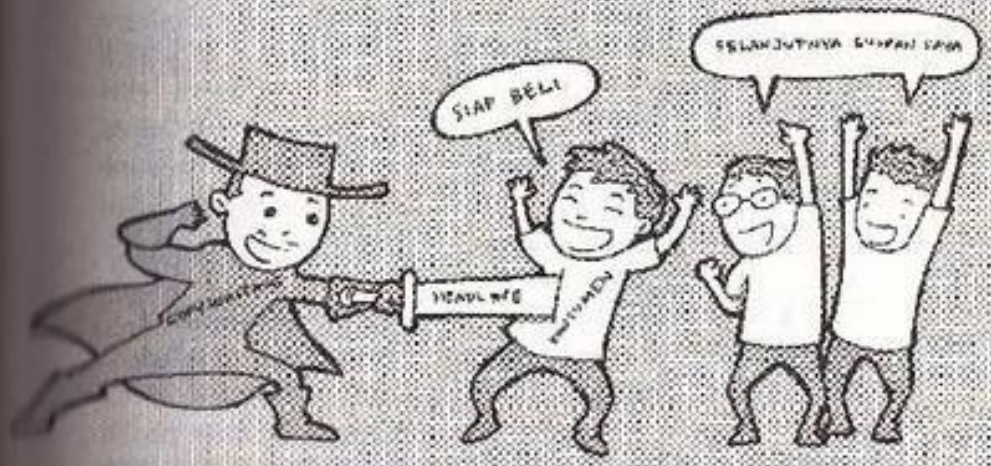
- ☑ Apakah saya sudah memberikan SURPRISE kepada pembaca?(Bonus Spesial)
- ☑ Apakah saya menonjolkan unsur kontras atau perbandingan? (Harga Coret, Diskon, Uang yang Dihemat)
- ☑ Apakah sudah ada kalimat yang menggunakan unsur PENGANDAIAN? (Ada frasa: Jika... Maka...)
- ☑ Apakah sudah ada kata-kata yang menunjukkan SOCIAL PROOF?
- ☑ Apakah sudah ada nama orang terkenal yang Saya muat dalam copywriting Saya buat? (LIKING)
- ☑ Apakah kata-kata yang Saya gunakan sudah mengandung unsur yang bersifat MENGUNCI JAWABAN?
- ☑ Apakah seluruh kata-kata yang Saya gunakan sudah bersifat PERSUASIF atau biasa-biasa saja?

Jika Anda kebingungan dalam memahami istilah-istilah dalam checklist di atas, silakan ajukan pertanyaan Anda di Grup Facebook Saya yaitu JAGO JUALAN BERSAMA DEWA EKA PRAYOGA. Kunjungi

bit.ly/belajarjagojualan

BAB 4

13 JENIS HEADLINE YANG MEMATIKAN



"3 detik pertama Anda akan menentukan segalanya..."

Apa yang PALING penting dalam sebuah Copywriting?

Jika Anda mengatakan Headline, maka Anda benar. Keberadaan Headline sangatlah penting. Saking pentingnya, Saya membuat bab khusus untuk membahas tentang hal yang satu ini.

Iklannya Iklan Anda

Kenapa Saya membuat bab khusus untuk pembahasan headline ini?

Karena inilah yang paling banyak menyita waktu saat Saya melakukan promosi. Jika Saya memiliki waktu 30 menit untuk menulis Copywriting, maka 20 menit pertama Saya akan memikirkan apa headline yang tepat untuk Copywriting yang Saya buat.

Awalnya Saya mengira hanya Saya saja yang mengalami hal ini, sampai pada akhirnya Saya membaca sebuah fakta bahwa seorang legenda advertising di dunia, David Ogilvy, telah menghabiskan 80% waktunya untuk mencari headline yang tepat. Ternyata Saya tidak salah. Saya benar-benar membuktikannya. Mengalaminya.

"Jika orang-orang tidak membaca Headlinenya, dipastikan mereka tidak akan membeli produk yang Anda tawarkan..."

Karenanya, Anda harus benar-benar memerhatikan satu anatomi ini. Ingat, headline Anda adalah iklannya iklan Anda. Catat!

Faktor Klik

Jika Anda sering berpromosi di dunia online, maka keberadaan gambar akan menjadi 'faktor lirik' target market Anda. Tapi yang membuat mereka ngeklik link yang Anda buat bukanlah gambar, melainkan HEADLINE. Karena itu, headline Saya sebut sebagai FAKTOR KLIK.

Saya sudah sering membuktikannya. Bukan hanya sering, tapi SELALU. Setiap kali Saya membuat Copywriting, Saya selalu berpikir, bagaimana caranya agar orang mau ngeklik link yang Saya buat. Ketika promosi di twitter misalnya, dengan jumlah karakter yang sedikit, Saya memikirkan headline yang tepat sehingga followers Saya mau mengklik link yang Saya cantumkan. Walaupun Saya tahu, kebiasaan orang-orang yang bermain di twitter tidak terlalu suka dengan link yang menuju ke website tertentu. Tapi Saya tidak percaya begitu saja, sampai Saya benar-benar membuktikkannya. Eh, ternyata benar. Hasilnya tidak jauh lebih baik ketimbang Saya berpromosi menggunakan headline dan menanamkan link di facebook.

Ketika Anda berpromosi melalui email misalnya. Tugas Anda bukan memikirkan bagaimana caranya orang mau beli produk Anda. Bukan, bukan itu yang harus Anda pikirkan. Itu SALAH! Tugas Anda yang pertama ketika membuat headline adalah BAGAIMANA CARANYA ORANG MAU MEMBUKA EMAIL ANDA, sehingga Open Rate-nya tinggi. Inilah rahasia kenapa Open Rate email Saya cukup tinggi ketika bermain market lokal, yaitu sekitar 35-45%, bahkan lebih. Bukan karena Saya mengerti tools, jurus, dan hal-hal teknis di internet, melainkan karena

Saya memikirkan dengan serius HEADLINE apa yang akan Saya gunakan sehingga menghasilkan Open Rate yang tinggi.

"Sebuah survei membuktikan bahwa hanya 8 dari 10 orang yang membaca judul dan hanya 2 orang saja yang meneruskan membaca isi selanjutnya"

Ingat, tujuan headline bukan membuat pembaca agar mau beli, melainkan membuat pembaca agar MAU NGEKLIK.

Ini yang Harus Benar-Benar Anda Pikirkan!

Saat Anda menulis headline, pikirkan sebaik mungkin agar pembaca iklan Anda tidak berpikir:

- Siapa peduli?
- Emang kenapa?
- Terus untungnya buat Saya apa?

Contoh, ketika Anda menggunakan DISKON 10% dalam headline Anda, lantas Saya berpikir, "Siapa peduli?". Kenapa? Lah wong cuma 10%. Nggak ngefek... Nggak buat Saya tertarik untuk membaca penawaran Anda selanjutnya, dan lain-lain. Atau, ketika Anda menggunakan headline, "Kesempatan Langka!", lalu Saya berpikir, "Emang kenapa?". Nggak ngaruh, tuh... Kenapa? Karena headline tersebut tidak membuat Saya tergerak untuk membaca penawaran Anda selanjutnya, dan lain-lain.

Alhasil, pastikan Anda benar-benar memikirkan hal ini. Caranya? Cobalah keluar dari diri Anda, seakan-akan Anda menjadi orang lain dan membaca iklan Anda sendiri. Kalau pikiran bawah sadar Anda mengatakan atau bergumam demikian, maka segera ganti headline tersebut. Tapi kalau Anda benar-benar tertarik membaca headline yang Anda buat, maka lanjutkan. Gunakan headline tersebut dalam promosi atau iklan yang Anda buat.

Sadar tidak sadar, pembaca selalu lebih pintar dari perkiraan Anda. Pikiran bawah sadar mereka terus merespon walaupun mereka tak mengungkapkannya. Ini bahaya! Karenanya, sebelum target market Anda menolak headline yang Anda buat, maka lakukanlah tes dan ukur dengan bertanya pada diri sendiri dengan pertanyaan tersebut di atas.

13 Jenis Headline yang Mematikan

Dalam bab ini, Anda akan tahu bagaimana caranya membuat headline powerful yang akan menarik perhatian para pembaca. Tak hanya itu, Anda pun akan tahu 13 jenis headline yang bisa Anda gunakan dalam menyusun naskah promosi atau iklan Anda.

Berikut adalah 13 jenis headline yang Saya maksud...

Jenis 1: BENEFIT HEADLINE

Intinya: Anda menggambarkan KEUNTUNGAN yang akan mereka dapatkan setelah membeli produk atau menggunakan jasa Anda. Keuntungan tersebut bisa berupa keuntungan ekonomis maupun psikologis.

Headline jenis ini cocok digunakan di semua media promosi baik offline maupun online.

Berikut contoh-contoh yang termasuk benefit headline yang memberikan keuntungan EKONOMIS:

- Beli Satu Dapat Dua
- GRATIS iPhone terbaru!
- Paket Ekonomis harga Krisis
- Super Hemat 50%!
- BONUS senilai Rp 5.700.000 khusus pembelian hari ini!
- GRATIS! 1000 Piring Nasi Goreng Bayar Pakai Doa
- GRATIS! 1000 Mangkok Bakso Bayar Pakai Senyum Manis

Berikut contoh-contoh yang termasuk benefit headline yang memberikan keuntungan PSIKOLOGIS:

- 7 Langkah Praktis Bebas Finansial
- Membongkar 7 Cara Meledakkan Omset Bisnis dengan Blackberry
- Cara agar Hidup tetap Sehat dan Berlimpah
- Cara Super Cepat Menulis Copywriting
- Langsing dalam 30 hari, TANPA Diet!
- Gigi Lebih Putih, dalam 10 hari. DIJAMIN!
- Rambut Anda lebih hitam berkilau
- Wajah Putih Bersinar
- Cara Paling Mudah DAPET DUIT Dari FACEBOOK, Terbukti!
- 3 Jam Kembali seperti Perawan Lagi!
- Cara Memulai Bisnis dari Bawah dan Menjadi Kaya dengan Cepat
- 77 Cara Baru untuk Memikat Hati Wanita
- Cara Mendapatkan Tepuk Tangah Meriah – bahkan hingga Standing Applause – setiap kali Anda berbicara
- Cara Mudah Mengusai Bahasa Inggris
- Cara Tercepat, Terampuh, Jadi Pengusaha. DIJAMIN!

Coba Anda perhatikan contoh-contoh di atas...

- Jenis benefit headline yang mengedepankan keuntungan EKONOMIS, akan banyak menggunakan kata: GRATIS, DISKON, BONUS, PAKET, HEMAT, HADIAH, dan lain-lain. Intinya, si pembaca akan tertarik untuk mendapatkan keuntungan ekonomis yang ditawarkan dalam headline tersebut.
- Jenis benefit headline yang mengedepankan keuntungan PSIKOLOGIS, akan banyak memainkan emosi dan menyentuh apa sesungguhnya yang menjadi hot button si pembaca. Entah itu keinginan, kebutuhan, atau masalah yang sedang dialami oleh mereka. Biasanya terdapat kata: CARA, LANGKAH, TEKNK, JURUS, STRATEGI, dan lain-lain.

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami headline dengan jenis BENEFIT HEADLINE ini?

Coba tuliskan masing-masing 3 headline produk Anda dengan menggunakan jenis benefit headine (keuntungan ekonomis dan psikologis). Silakan tulis disini!

Keuntungan Ekonomis:

- .....
- .....
- .....

Keuntungan Psikologis:

- .....
- .....
- .....

Jenis 2: NEWS HEADLINE

Intinya: Anda menginformasikan sesuatu kepada pembaca yang bersifat BERITA atau PENGUMUMAN.

Headline jenis ini sangat cocok digunakan untuk memperkenalkan produk baru, melaunching sesuatu, pemberitahuan tertentu, penemuan, event, seminar, dan lain-lain.

Berikut contoh-contoh yang termasuk NEWS HEADLINE:

- Pertama dan Terakhir di tahun 2015!
- Gebyar Undian 1 Milyar
- Kami Temukan Cara Terbaik untuk Menyelamatkan Nyawa Anda
- Kondotel Mewah di Lokasi Strategis
- Fakta Menakjubkan tentang Uang

- Terobosan Nyata Dalam Memerangi Efek Penuaan
- Terobosan Medis yang Luar Biasa!
- Penemuan Hebat Menghilangkan Bau Dapur Dengan Cepat!
- Buka Setiap Hari Kecuali Hari Kiamat

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami headline dengan jenis NEWS HEADLINE ini?

Silakan tulis 3 headline produk Anda dengan menggunakan News Headline disini!

- .....
- .....
- .....

Jenis 3: SELECTIVE HEADLINE

Intinya: Seakan-akan Anda menargetkan iklan atau promosi Anda UNTUK ORANG-ORANG TERTENTU.

Headline jenis ini cocok digunakan untuk menyasar target market tertentu.

Berikut contoh-contoh yang termasuk SELECTIVE HEADLINE:

- Khusus Pengguna Kartu Telkomsel
- Khusus Member Billionaire Store
- Khusus untuk Wanita
- Untuk Kamu yang Suka Musik
- Untuk Pria yang Ingin Berhenti Bekerja suatu hari nanti!
- Untuk Wanita yang Ingin Terlihat Lebih Muda dari usia sebenarnya

- Untuk orang yang ingin menulis, tapi tidak dapat memulai!
- Buat Anda yang masih Jomblo
- Perhatian! Business Owners, Direktur, Manager, Marketer...
- Perawatan istimewa bagi Anda yang mempunyai masalah dengan kesuburan rambut indah Anda

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami headline dengan jenis SELECTIVE HEADLINE ini?

Silakan tulis 3 headline produk Anda dengan menggunakan Selective Headline disini!

- .....
- .....
- .....

Jenis 4: CURIOSITY HEADLINE

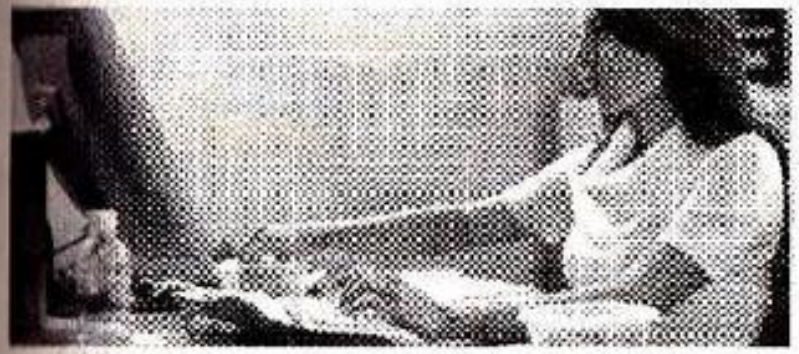
Intinya: Sebisa mungkin Anda membuat pembaca iklan atau promosi Anda merasa PENASARAN dengan apa yang Anda tawarkan. Biasanya membangkitkan keingintahuan dan bersifat teka-teki. Harapannya, mereka mau membaca penawaran Anda selanjutnya.

Headline jenis ini cocok digunakan dalam subject email, tautan link affiliate, dan artikel. Headline ini bisa berupa pernyataan atau pertanyaan.

Berikut contoh-contoh yang termasuk CURIOSITY HEADLINE dalam bentuk PERNYATAAN:

- Satu Teknik Sederhana yang Selalu Dilakukan TOP Salesman Dunia
- Sebuah Kesalahan Senilai 7 Milyar Rupiah Yang Dapat Dihindari Hanya Dengan 60 Ribu Rupiah
- Sebuah Kesalahan senilai 10.000 dollar!
- Kesalahan kecil yang merugikan petani Rp 300.000.000 per tahun!

- Kesalahan Paling Mahal dalam hidup Anda
- Satu Perintah Hipnosis yang Selalu Manjur
- Rahasia menjadi Lebih Kaya lagi dari bisnis online tanpa harus memiliki produk sendiri



Ini Dia 7 Tips Diet Praktis Buat Si Wanita Karier

- Dugaan ini akan terjadi di hari pernikahan Anda
- Rahasia Cinta Abadi telah ditemukan
- Ini Kenapa Banyak Wanita Cemburu pada Saya
- Inilah Cara Menghasilkan Uang LEBIH BANYAK lewat Facebook
- Ini Cara Membuat Para Kompetitor Iri denganmu
- Inilah Cara Menurunkan Berat Badan 10 kg dalam waktu 3 minggu
- Ini Dia 7 Tips Diet Praktis Buat Si Wanita Karier
- Inilah Cara Cepat Memasak Air Panas
- Inilah Cara Cepat Meredam Kemarahan Kekasih
- Inilah Cara Cepat Memboomingkan Bisnis yang Baru Saja Dibuka
- Ini Kenapa orang-orang Selalu Mengira Saya 10 tahun Lebih Muda
- Rahasia Mendapatkan Passive Income Tanpa Bisnis

- Rahasia Mendapatkan Restu Nikah Muda dari Orang Tua dan Calon Mertua
- Rahasia Sholat Khusyu› Ala Rasulullah dan Para Sahabat
- Rahasia Menghitung Cepat Secepat Kalkulator
- Rahasia Membeli Tablet dengan Modal Dengkul

Berikut contoh-contoh yang termasuk CURIOSITY HEADLINE dalam bentuk **PERTANYAAN**:

- Apa yang Membuat Wanita selalu Terlihat Cantik?
- Ada apa di Billionaire Store tanggal 8 Mei 2015?
- Apa Rahasia Copywriting yang Selalu dibaca banyak orang?
- Tahukah Anda siapa penulis buku best terbaik di dunia?
- Bagaimana Meningkatkan Daya Ingat dalam Satu Hari?
- Bagaimana Cara Mendapatkan Kawan dan Mempengaruhi Orang Lain
- Bagaimana sebuah ide sederhana membuat saya Menghemat Ratusan Juta Rupiah dalam Setahun?
- Bagaimana Menghilangkan Kegemukan hanya dalam hitungan jam?
- Bagaimana Menulis Lagu Hits dan Menjualnya secara Laris?
- Bagaimana 200 Ribu Rupiah Dapat Menghemat Anda 200 Juta Rupiah
- Bagaimana Cara Buka Toko Langsung Laris Manis?
- Bagaimana Anda Bisa Menurunkan Berat Badan 7-8 kg dalam satu minggu dan Tidak Merasa Lapar!
- Bagaimana Mendongkrak Produktivitas Anda Hanya dalam 3 hari?
- Bagaimana Anda bisa menggunakan alat baru ini untuk Menghilangkan Noda jerawat dalam waktu 2 jam bahkan kurang?
- Bagaimana Caranya Menghasilkan 5 juta per hari, Bekerja dari Rumah, dan Tanpa Harus Pergi Kemana-mana?

- Bagaimana Mendapatkan Pinjaman 1 Miliyar Rupiah dengan cepat?
- Bagaimana Mendongkrak Kreativitas hanya dalam 7 hari?

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami headline dengan jenis CURIOSITY HEADLINE ini?

Silakan tulis headline produk Anda dengan menggunakan Curiosity Headline disini!

Dalam bentuk PERNYATAAN:

- .....
- .....
- .....

Dalam bentuk PERTANYAAN:

- .....
- .....
- .....

Jenis 5: GIMMIC HEADLINE

Intinya: Anda menggunakan PERMAINAN KATA DAN KALIMAT dalam judul. Bisa berupa perulangan bunyi, efek keterkejutan, atau tipuan.

Gimmic Headline berupa perulangan bunyi cocok digunakan sebagai slogan dan sub-judul iklan Anda. Gimmic Headline berupa efek keterkejutan cocok digunakan di media promosi seperti status facebook dan subject email untuk memberi efek keterkejutan dan membuat mereka mau baca penawaran Anda selanjutnya. Sedangkan Gimmic Headline berupa tipuan cocok digunakan di media promosi seperti broadcast message untuk memancing pembawa mau buka broadcast Anda.

Berikut contoh-contoh yang termasuk GIMMIC HEADLINE dalam bentuk PERULANGAN BUNYI:

- Jualan Terus, Rezeki Mulus
- Banjir Order dari Reseller
- Rezeki Banter dari Twitter
- Update Status Dapat Fulus
- Sekali Broadcast Dapat Cash
- Modal GRATIS Hasil FANTASTIS!
- Jual Beli Online Aman dan Nyaman

Berikut contoh-contoh yang termasuk GIMMIC HEADLINE dalam bentuk EFEK KETERKEJUTAN:

- Ah, Saya Menyesal!
- Saya Kaget!
- Memang benar!
- Benar-Benar Kecewa!

Berikut contoh-contoh yang termasuk GIMMIC HEADLINE dalam bentuk TIPUAN:

- Nomor rekeningnya berapa?
- Kamu lagi dimana?
- Oh gitu?
- Masa sih?

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami headline dengan jenis GIMMIC HEADLINE ini?

Silakan tulis headline produk Anda dengan menggunakan Gimmic Headline disini!

Dalam bentuk PERULANGAN BUNYI

- .....
- .....
- .....

Dalam bentuk EFEK KEJUTAN

- .....
- .....
- .....

Dalam bentuk TIPUAN

- .....
- .....
- .....

Jenis 6: FEAR HEADLINE

Intinya: Seolah-olah Anda MENAKUT-NAKUTI pembaca, sehingga mereka benar-benar takut dan mengikuti apa yang Anda tawarkan.

Headline jenis ini cocok untuk produk yang berkaitan dengan keinginan pembaca untuk mendapatkan kepastian hidup di masa depan, keamanan, dan kesehatan.

Berikut contoh-contoh yang termasuk FEAR HEADLINE:

- AWAS BANGKRUT!
- Awas! Kuman Ada Dimana-Mana
- JANGAN SAMPAI KEHABISAN!
- Jangan Sampai Anda Kehilangan Masa Depan Anak Anda!
- HATI-HATI! Bahaya Kolestrol
- Hati-hati! Kanker Serviks Bisa Menyerang Anda
- Hati-hati! Masa Depan Anda sedang dalam Bahaya
- Yakin? Sabun Cuci Tangan Anda benar-benar terbebas dari kuman?
- Yakin? Air yang Anda minum benar-benar aman?

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami headline dengan jenis FEAR HEADLINE ini?

Silakan tulis 3 headline produk Anda dengan menggunakan Fear Headline disini!

- .....
- .....
- .....

Jenis 8: QUESTION HEADLINE

Intinya: Anda memberikan PERTANYAAN kepada pembaca agar mereka jawab dalam hatinya.

Dalam praktiknya, Anda harus menggunakan pertanyaan terbuka yang membuat orang berkata ya atau tidak, sudah atau belum, tahu atau tidak tahu. Inilah yang membedakan Question Headline dengan Curiosity Headline yang berupa Pertanyaan.

Headline jenis ini cocok membangun brand, awareness, dan kedekatan dengan pembaca.

Berikut contoh-contoh yang termasuk QUESTION HEADLINE:

- Sudahkah Anda Minum Yakult hari ini?
- Apakah Anda sudah Sedekah hari ini?
- Apakah kamu melakukan beberapa hal yang Memalukan ini?
- Apakah Anda membuat Kesalahan ini dalam Berbisnis?
- Mengapa Para Wanita Selalu Mencari Barang ini?
- Apakah Anda sudah mempersiapkan Masa Tua Anda?
- Sudah Cek Tokopedia belum?

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami headline dengan jenis QUESTION HEADLINE ini?

Silakan tulis 3 headline produk Anda dengan menggunakan Question Headline disini!

- .....
- .....
- .....

Jenis 8: QUOTATION Headline

Intinya: Anda MENCANTUMKAN QUOTE dari orang lain untuk dijadikan sebuah headline. Anda bisa menggunakan ucapan seseorang, endorsement tokoh, testimoni pelanggam, kutipan buku, ayat dalam kitab suci, hadits, dan lain-lain.

Berikut contoh-contoh yang termasuk QUESTION HEADLINE:

- «Semua pengusaha wajib ikut seminar ini..."
- «Produknya enak. Saya suka..."
- «Semakin banyak silaturrahmi, semakin banyak rezeki"
- «Kalau Dewa Prayooga sudah bicara tentang ‹selling›, beli saja bukunya..."

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami headline dengan jenis QUOTATION HEADLINE ini?

Silakan tulis 3 headline produk Anda dengan menggunakan QUOTATION Headline disini!

- .....
- .....
- .....

Jenis 9: COMMAND HEADLINE

Intinya: Anda seolah-olah MEMERINTAHKAN atau mengajak seseorang untuk melakukan sesuatu.

Berikut contoh-contoh yang termasuk COMMAND HEADLINE:

- Ayo Sekolah!
- Ayo Sedekah!
- Beli, atau Gigit Jari!
- Daftarkan diri Anda sekarang juga!
- Yuk Buka Bersama Disini
- Yuk Nonton Bareng Liga Champion Disini
- Stop Diet Dan Menurunkan Berat Badan
- Stop Melakukan Hal-Hal yang Tidak Masuk Akal
- Jaga Kesehatan Anda Sekarang Juga
- Berhenti Melakukan Kesalahan Fatal dalam Berbisnis

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami headline dengan jenis COMMAND HEADLINE ini?

Silakan tulis 3 headline produk Anda dengan menggunakan Command Headline disini!

- .....
- .....
- .....

Jenis 10: CLAIM HEADLINE

Intinya: Anda seolah-olah MENGAKU-NGAKU, MENGKLAIM, dan MENYATAKAN SESUATU SECARA SEPIHAK. Merasa paling, satu-satunya, nomor satu, dan ter- (terbaik, terluas, terfavorit, terbesar, tercepat, dan lain-lain).

Berikut contoh-contoh yang termasuk CLAIM HEADLINE:

- Motivator Termuda Nomor 1 Indonesia
- Susu Formula Paling Enak
- Satu-satunya Sekolah di Indonesia yang berbasis IT
- Buku Terlaris di Dunia
- Seminar Terakbar tahun 2015
- Penerbit Buku Terfavorit di Indonesia
- Suplemen Penurun Berat Badan Tercepat
- Wahana Bermain Terluas se-Asia
- Bumbu Masak Terlezat di Indonesia
- Kripik Singkong Paling Diburu sejak sekarang
- dan lain-lain

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami headline dengan jenis CLAIM HEADLINE ini?

Silakan tulis 3 headline produk Anda dengan menggunakan Claim Headline disini!

- .....
- .....
- .....

Jenis 11: YOU & I HEADLINE

Intinya: Anda seakan-akan BERBICARA LANGSUNG dengan pembaca. Menggunakan kata "Saya" dan "Anda/Kamu".

Cocok digunakan untuk personal yang memiliki authority yang tinggi.

Berikut contoh-contoh yang termasuk YOU & I HEADLINE:

- Saya akan tunjukkan kepada Anda Bagaimana Saya bisa Menurunkan Berat Badan hingga 20 kg hanya dalam 1 bulan
- Saya bocorkan Semua Rahasia Saya Dapat Meraup Untung 185 Juta Rupiah kepada Anda
- Saya akan bagikan SELURUH Strategi Penjuaan Terbaik Saya kepada Anda
- Saya ingin Mengajak Anda ikut Webinar GRATIS. Mau?
- Saya sedang Mencari Partner Bisnis. Apakah Anda yang beruntung menjadi partner Saya selanjutnya?
- Saya yakin Anda Anda Tidak Mampu Menolak Penawaran ini
- Saya baru saja berhasil Memecahkan Rekor Penjualan di bisnis Saya. Kini giliran Anda!

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami headline dengan jenis YOU & I HEADLINE ini?

Silakan tulis 3 headline produk Anda dengan menggunakan You & I Headline disini!

- .....
- .....
- .....

Jenis 12: TEASER HEADLINE

Intinya: Anda seolah-olah MENANTANG pembaca Anda untuk membuktikan kemampuan mereka. Headline ini sangat terkesan meremehkan atau meragukan kemampuan pembaca.

Berikut contoh-contoh yang termasuk TEASER HEADLINE:

- Anda pasti tak sanggup mencapainya
- Uang akan tak akan cukup menggantikannya

- Setan pun tidak akan bisa menggodanya
- Anda tak akan berani membiarkannya
- Buktikan Kemampuan Anda disini
- Buktikan bahwa Anda Memang Ahlinya

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami headline dengan jenis TEASER HEADLINE ini?

Silakan tulis headline produk Anda dengan menggunakan Teaser Headline disini!

- .....
- .....
- .....

Jenis 13: MERK HEADLINE

Intinya: Anda MENCANTUMKAN MERK ATAU LOGO perusahaan Anda dalam headline. Headline jenis ini sangat cocok bagi Anda yang sudah memiliki merk terkenal. Namun jika Anda baru di dunia bisnis, jangan sekali-kali menggunakan headline jenis ini. Kenapa? Orang akan bertanya-tanya, "Kamu siapa?, "Emangnya kenapa?, "Terus, gue harus bilang WOW gitu?", dan sejenisnya.

Berikut contoh-contoh yang termasuk MERK HEADLINE:

- Samsung
- Toyota
- Sony
- Apple
- Philips
- dan lain-lain

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami headline dengan jenis MERK HEADLINE ini?

1 Produk, 13 Headline

Anda baru saja mempelajari 13 jenis headline yang bisa Anda gunakan dalam iklan atau promosi Anda. Bagaimana, apakah Anda sudah memahaminya?

Sekarang Saya ingin menunjukkan kepada Anda bahwa dari 1 produk saja, Anda bisa menggunakan 13 jenis headline. Berikut adalah contohnya...

Produk yang dijual:

Obat / Suplemen Penurun Berat Badan

Berbagai pilihan headline...

1. Apa Rahasia Saya Menurunkan Berat Badan hingga 20 kg hanya dalam 1 bulan? (Curiosity Headline)
2. Turun 20 kg, tanpa diet, tanpa merasa lapar. Dijamin! (Benefit Headline)
3. Terobosan Terbaru dalam Menurunkan Berat Badan (News Headline)
4. Tidak akan ada yang mampu Lebih Cepat Menurunkan Berat Badan selain dengan Cara ini! (Teaser Headline)
5. Untuk Wanita yang Ingin Lebih Langsing! (Selective Headline)
6. Langsing, Tanpa Pusing! (Gimmic Headline)
7. AWAS! Bahaya Kolestrol! (Fear Headline)
8. Dengan meminum xxxx, bentuk tubuh Saya kini Lebih Langsing dan Ideal..." (Quotation Headline)
9. Sudahkah Anda membuktikannya? (Question Headline)
10. Smart Detox! (Merk Headline)
11. Jangan Dulu Diet Sebelum tahu Fakta ini! (Command Headline)
12. Suplemen Pelangsing Tercepat dan Terfavorit di Indonesia! (Claim Headline)
13. Saya akan Beritahu Anda Rahasia Kenapa Saya Bisa Turun Berat Badan 20 kg dalam 1 bulan (You & I Headline)

Bagaimana, sudah tergambar, kan?

8 Tips Praktis Membuat Headline yang Powerful

Selain jenis-jenis headline di atas, Anda pun bisa menggunakan tips -tips berikut ini saat menulis headline dalam Copywriting Anda.

Inilah tips-tipsnya...

☑ Gunakan Angka. Semakin spesifik, semakin orang akan merasa bahwa itu benar.

Contoh:

- 13 Trik Memanen Uang di Instagram
- 10 tips melangsingkan tubuh
- Dijamin Penghasilan 10 Juta Perbulan
- Tembus Omset 100 Juta Modal BlackBerry
- 30 hari Jago jualan

☑ Beritahu Urgensinya. Tujuannya, agar orang merespon dengan cepat setelah membaca headline Anda.

Contoh:

- Miliki hunian eksklusif tipe 200 di dalam kota dengan diskon fantastis 40% untuk pembelian hari ini
- Miliki hunian eksklusif tipe 200 di dalam kota plus hadiah 1 unit sepeda motor khusus untuk 10 pembeli pertama

☑ Tunjukkan Waktu Pencapaiannya secara Detail.

Contoh JELEK:

- Ingin wajah Anda Tampak Putih Merona dalam Waktu Singkat?
- Keputihan Hilang dalam waktu cepat!

Contoh BAGUS:

- Ingin wajah Anda Tampak Putih Merona dalam 7 Hari?
- Keputihan hilang, dalam 12 jam!
- 3 Jam Kembali seperti Perawan lagi!

☑ Hilangkan Hambatan. Gunakan kata "Tanpa", "Walaupun", "Meskipun", "Hanya", dan lain-lain.

Contoh:

- Turun 20 kg, Tanpa Diet, Tanpa Lapar!
- Banjir Order dari Reseller ! Walaupun Tidak Punya Produk sendiri
- Omset Meroket Meskipun Gaptek!
- Tembus Omzet 100 Juta Hanya Modal BlackBerry
- Penghasilan 10 Juta, Hanya Dikerjakan dari Rumah

☑ Tunjukkan 3 Keuntungan Sekaligus.

Contoh:

- Bagaimana Mennurunkan Berat badan, Merontokkan Lemak, dan Langsing seketika, dalam 30 menit!
- Rahasia Tampil Merona, Berwajah Cantik, dan Berkulit Putih!
- Cara Mendapatkan Keuntungan dalam jumlah yang Banyak, Berlimpah, dan Direstui Tuhan
- Banyak, Enak, dan Murah!

☑ Tuliskan Harga dalam Judul.

Contoh:

- Tampil Cantik dengan 129 ribu
- Bergaya Modis Mirip Artis dengan 350 ribu
- Selamatkan Kebangkrutan dengan 60 ribu
- Menjadi Lebih Kuat dan Prima dengan 70 ribu
- Beli Rumah 2 Milyar seharga Rp 200 juta

☑ Tuliskan Nama Orang Terkenal. Misalnya: Artis, Selebritis, Tokoh, Ahli, atau siapapun yang punya basis masa yang banyak.

Contoh:

- Ippho Santosa saja sudah baca buku ini
- Christiano Ronaldo saja bilang ini bagus!
- Teuku Wisnu saja pakai produk ini

☑ Gunakan kata-kata Perangsang berikut ini:

- Cepat
- Praktis
- Lebih
- Rahasia
- Terbatas
- Sekarang
- Penting
- Buruan

- Menarik
- Hanya
- Mudah
- Akhirnya
- Baru ang
- Pengumuman
- Perhatian
- Perkenalkan
- Dicari
- Spesial!
- Segera

Bagaimana, apakah Anda mendapatkan ide-ide segar untuk menggunakan tips-tips tersebut dalam headline Anda?

7 Frasa Khusus untuk Headline

Tunggu dulu... Jangan dulu puas. Saya belum memberikan semua tipsnya.

Selain tips-tips di atas. Anda pun bisa menggunakan 10 frasa berikut ini dalam menyusun headline terbaik untuk iklan atau promosi Anda. Berikut adalah frasanya...

1. **Sekarang Anda Bisa...**

   Contoh:

   - Sekarang Anda bisa Membangun Tim Penjualan yang Dahsyat, Loyal, dan Gila Closing
   - Sekarang Anda bisa Resign dari Kerja dan Bisa Menghasilkan Uang Lebih Banyak dari Rumah
   - Sekarang Anda bisa Mendapatkan Banyak Orderan walaupun sambil Tidur-Tiduran
   - Sekarang Anda bisa Kuliah di Luar Negeri Tanpa Mengeluarkan Uang Sepeser pun

2. **Kini...**

   Contoh:

   - Kini Anda Bisa Memilliki Rumah Idaman Anda hanya modal 5 juta
   - Kini Anda akan Tahu Alasan Kenapa Banyak Wanita Cemburu pada Saya
   - Kini Anda Dapat Menurunkan Berat Badan Sampai 20 kg Hanya dalam 10 hari saja

3. **Siapa lagi...**

   Contoh:

   - Siapa lagi yang ingin Mendapatkan Jutaan Rupiah setiap harinya?
   - Siapa lagi yang ingin Meningkatkan konversi penjualannya hingga 300%?
   - Siapa lagi yang ingin Mendapatkan Tips-Tips GRATIS dari Pakar Penjualan di Indonesia?

4. **Jangan.. sebelum... ini**

   Contoh:

   - Jangan Pernah Berpikir Membeli Rumah Baru sebelum membaca laporan ini!
   - Jangan Dulu Buka Bisnis Sebelum Baca Buku Ini!
   - Jangan Mengambil Pinjaman Di Bank Sebelum Tahu Ilmu Ini!
   - Jangan Dulu Jadi Reseller Saya sebelum Melihat Testimoni Mereka!

5. Bagaimana Saya...

   Contoh:

   - Bagaimana Saya Mengubah Perusahaan Bobrok menjadi Perusahaan Paling Diperhitungkan Saat Ini
   - Bagaimana Saya Mampu Melesatkan Omzet Klien Saya hingga 3100% hanya dalam 3 bulan

- Bagaimana Saya Menurunkan Berat Badan hingga 20 kg hanya dalam 1 bulan

6. **Jika Anda... Anda bisa...**

   Contoh:

   - Jika Anda Menulis, Anda bisa mendapatkan passive income
   - Jika Anda Meminum ini, Anda bisa membentuk badan yang ideal
   - Jika Anda ikut Training ini, Anda bisa memukau audience Anda dengan hanya bermodalkan kata-kata

7. **(Lakukan Sesuatu) seperti... (Orang Terkenal)**

   Contoh:

   - Berotot Besar seperti Ade Rai
   - Jago Jualan seperti Joe Girard
   - Pintar Story Telling seperti Jamil Azzaini
   - Bisnis Autopilot seperti Indomaret
   - Mencetak Goal Spektakuler seperti Christiano Ronaldo

Nah... setelah mendapatkan 7 frasa tambahan, ide liar apa lagi yang akan Anda gunakan dalam menulis headline untuk mempromosikan produk Anda?

Ayo pikirkan.

Inilah Headline Anda!

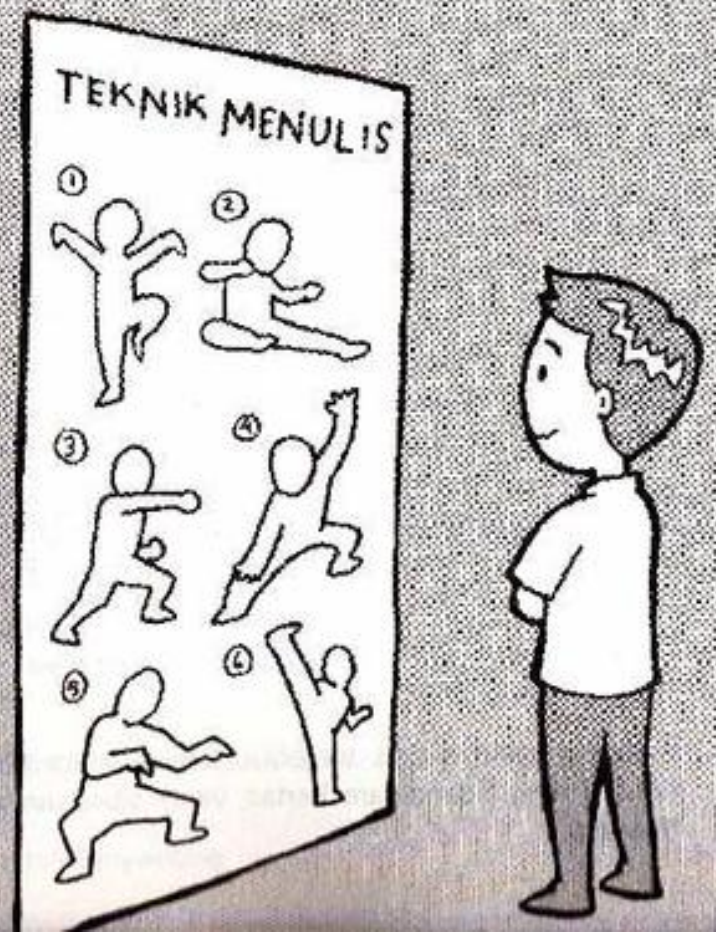
Kini saatnya Anda menentukan sendiri headline apa yang terbaik untuk mempromosikan produk Anda. Sudah terlalu banyak contoh yang Saya berikan untuk dijadikan bahan contekan Anda dalam membuat headline.

Headline di atas tidaklah bagus. Karena yang bagus adalah headline Anda sendiri, yang akan menghasilkan penjualan.

Silakan pikirkan. Buat. Sekarang!

BAB 5

10 TEKNIK MENULIS COPYWRITING YANG MENJUAL



"Orang tidak suka baca Iklan, tapi orang suka baca Cerita"

Anda baru saja mempelajari 13 jenis headline yang dapat menarik perhatian pembaca. Sekarang Anda akan mendalami bagaimana caranya menulis copywriting yang menjual. Siaaaap....?

Ada Ilmunya, Ada Caranya

Bayangkan... apa perasaan Anda jika Anda bisa menulis naskah iklan atau promosi yang menghasilkan banyak pelanggan. Tentu Anda sangat bahagia, bukan?

Kali ini Saya ingin menunjukkan kepada Anda bagaimana persisnya Saya melakukan itu. Salah besar jika ada orang yang menganggap bahwa yang Saya lakukan hanya kebetulan. Tidak... Tidak begitu. Ada ilmunya. Ada Caranya. Anda bisa mempelajarinya sesaat lagi.

Sebelum masuk ke materi ini, coba baca Copywriting Saya ini baik-baik...

Bolehkah Saya pinjam Pulpen Anda?

Suatu hari, Saya dan Natasya sedang berjuang dalam sebuah tes masuk Perusahaan Multinasional di Jakarta. Saat kami mengantri untuk mengambil sebuah formulir, seorang pria berambut pirang menghampiri Natasya dan bertanya, "Boleh Saya pinjam Pulpen Anda?"

Natasya akhirnya meminjamkan pulpennya dan memberikan secarik kertas.

Betapa kagetnya pria tersebut, ketika ia membaca tulisan yang ada dalam kertas yang diberikan oleh Natasya.

Alhasil, gara-gara tulisan dalam kertas tersebut, pria berambut pirang tadi akhirnya mengurungkan niatnya untuk bekerja di Perusahaan Multinasional yang diinginkannya.

Aneh, bukan? ^_^

Bukan tulisannya... Tetapi apa yang Saya jelaskan saat menuliskan kata-kata itu.

Itulah salah satu rahasia mengapa buku-buku Saya menjadi Best Seller di Indonesia. Itu pula yang membuat Copywriting Saya mampu melunakkan hati orang sehingga mampu membuat mereka mengeluarkan uangnya secara sadar atau tidak sadar dan memberikannya kepada Saya.

Inilah rahasianya..

Ketika menulis apapun, termasuk tulisan ini, Saya diam-diam memperlihatkan rahasia ini kepada Anda.

Saya tidak menulis rahasia tersebut. Anda tidak akan mendapatinya di status ini. Saya memperlihatkannya secara diam-diam, di balik pikiran Saya ketika menulis kata-kata ini untuk Anda. Bila Anda ingin tahu rahasianya, berhentilah sejenak dan masuklah dalam www.BukuEasyCopywriting.com

NB:

Saya diam-diam membocorkan rahasia ini saat menulis status ini, termasuk ketika menulis NB ini. Dapatkah Anda menebaknya? Entah dapat atau tidak, silakan buka www.BukuEasyCopywriting.com

---

Apakah Anda menemukan sesuatu yang aneh dalam contoh di atas?

Ya. Itulah Copywriting.

Misalnya...

Dalam bab ini, Saya tidak akan banyak berteori. Saya akan menyajikan beberapa contoh agar memudahkan Anda dalam memahami ilmu ini.

Pertama-tama, sekali lagi, coba Anda baca salah satu status facebook Saya berikut ini. Baca dengan seksama...

PATUT KITA RENUNGKAN

Mungkin Anda pernah memiliki pemikiran seperti ini sebelumnya...

- "Saya sudah mencari rezeki siang dan malam, tetapi kok kehidupan Saya susah terus?"
- "Saya sudah bekerja keras dengan maksimal, tapi kok belum juga kaya?"
- "Saya sudah praktikkan apa yang kang Dewa katakan dalam bukubukunya. tapi kok omzet bisnis Saya gini-gini aja?"

Atau mungkin jika Anda sudah berhasil mendapatkan omzet yang Anda inginkan, yang terlintas dalam benak Anda adalah...

- "Saya sudah berhasil mendapatkan omzet ratusan juta per Bulan, tapi kok waktu untuk ibadah dan keluarga Saya jadi berkurang ya?"
- "Saya bisa dapatkan apa yang Saya inginkan, namun Saya tidak tahu apa sesungguhnya yang Saya cari dalam hidup ini?"
- "Semakin sibuk Saya mendapatkan penghasilan yang banyak, kenapa ada yang terasa kurang dalam hidup Saya ya?"

Saya yakin ungkapan seperti di atas pernah terlontar dari Anda, atau paling tidak terlintas dalam benak Anda. Betul?

Jika Anda sekarang benar-benar mantap memilih bisnis sebagai jalan hidup Anda, coba Anda tanamkan pemikiran ini dalam benak Anda...

"Bisnis itu bukan tujuan, tetapi sebuah jalan membangun KEKAYAAN, yang dengan kekayaan itu membuat kita bisa melakukan BANYAK KEBAIKAN..."

Karena bisnis itu hanya sekedar jalan (wasilah), maka jangan jadikan bisnis ini SEGALANYA dalam hidup Anda. Misalnya, Anda menghalalkan segala cara untuk bisa mendapatkan uang banyak melalui bisnis Anda. Pokoknya Anda nggak mau tahu, pokoknya duitnya banyak! INI SALAH...

Apalagi di zaman sekarang ini tawaran-tawaran bisnis untuk menggunakan "Cara Sesat" itu sangat banyak. Alhasil, nilai-nilai spiritual terus dilanggar untuk mendapatkan yang namanya U.A.N.G. BAHAYA! Bagaimana Allah mau ngasih rezeki dan penghasilan banyak kalau kitanya sendiri selalu melanggar aturan-aturan-Nya?

Sadar nggak sadar, banyak orang di luar sana yang awalnya berniat bangun bisnis, malah jadi bangun masalah.

"Jika bisnis tidak dijadikan Wasilah, bisnis akan menjadi Masalah"

Bayangkan apa jadinya Anda jika bisnis yang Anda jalankan ini menjadi sumber masalah utama dalam kehidupan Anda. Anda semakin...

- Jauh dari Allah
- Lupa kepada Allah
- Mengantarkan kita kepada neraka Allah
- Jauh dengan Keluarga
- Tidak pandai Bersyukur

- Terus-terusan Bermaksiat
- Enggan Beribadah
- Enggan Berdoa
- Malas Berikhtiyar
- Sombong dan Riya
- dan sejenisnya

Apakah Anda menginginkan hal-hal seperti tersebut diatas?

Saya yakin jawabannya adalah TIDAK, bukan?

Mulai sekarang, mantapkanlah hati Anda bahwa bisnis hanya sekedar wasilah (jalan), tujuannya Lillah (Allah).

Pada akhirnya, jika Anda jadikan bisnis ini sebagai wasilah, maka Anda memiliki waktu yang cukup banyak untuk...

- Makin dekat sama Allah
- Makin sayang sama keluarga
- Makin banyak bersyukur
- Makin jauh dari kemaksiatan
- Makin rajin beribadah
- Makin rajin berdoa
- Makin rajin ikhtiyar

Mari kita saling mengingatkan dalam kebaikan. Semoga kita semua senantiasa berada di jalan-Nya. Allah mencahayai hidup kita, membimbing kita, dan melindungi kita dari keburukan-keburukan.

Ingat...

"Bisnis yang paling bagus bukan hanya bisnis yang Menghasilkan Uang saja, tapi juga yang SEMAKIN MENDEKATKAN OWNERNYA DENGAN PENCIPTANYA"

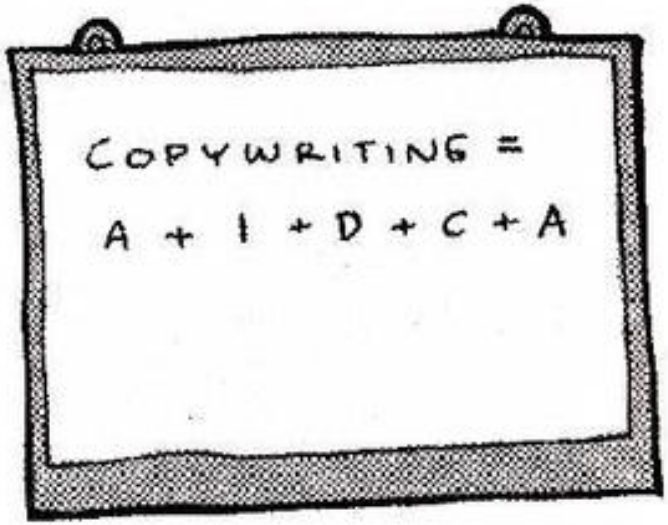
Silakan share kepada teman2 terdekatnya...

Coba perhatikan jumlah like dan share status Saya di atas? Cukup banyak, bukan?

Ya. Status facebook Saya tersebut mendapatkan like, komen, dan share cukup tinggi. Kenapa? Karena Saya menyampaikannya dengan gaya ***hypnotic story telling***.

Apa rahasia Saya mendapatkan like, komen, dan share yang tinggi di setiap status facebook Saya? Kenapa para pembaca status Saya betah berlama-lama dan rela membagikan postingan yang mereka baca kepada teman-temannya? Ini dia jawabannya..

Formula AIDCA



Salah satu cara agar Anda mudah dalam membuat copywriting adalah dengan menggunakan formula AIDCA. Apa itu?

A = ATTENTION

Tugas Anda adalah MENDAPATKAN PERHATIAN pembaca sejak awal mereka membacanya. Caranya? Anda bisa memberikan sebuah fakta yang menghentak, data yang mengagetkan, atau kalimat pertanyaan.

Dalam status facebook Saya di atas, inilah yang termasuk dalam kategori ATTENTION....

PATUT KITA RENUNGKAN

Mungkin Anda pernah memiliki pemikiran seperti ini sebelumnya...

- "Saya sudah mencari rezeki siang dan malam, tetapi kok kehidupan Saya susah terus?"
- "Saya sudah bekerja keras dengan maksimal, tapi kok belum juga kaya?"
- "Saya sudah praktikkan apa yang kang Dewa katakan dalam bukubukunya, tapi kok omzet bisnis Saya gini-gini aja?"

Atau mungkin jika Anda sudah berhasil mendapatkan omzet yang Anda inginkan, yang terlintas dalam benak Anda adalah...

- "Saya sudah berhasil mendapatkan omzet ratusan juta per Bulan, tapi kok waktu untuk ibadah dan keluarga Saya jadi berkurang ya?"
- "Saya bisa dapatkan apa yang Saya inginkan, namun Saya tidak tahu apa sesungguhnya yang Saya cari dalam hidup ini?"
- "Semakin sibuk Saya mendapatkan penghasilan yang banyak, kenapa ada yang terasa kurang dalam hidup Saya ya?"

I = INTEREST

Setelah Anda mampu mendapatkan perhatian dari pembaca, tugas Anda selanjutnya adalah membuat mereka TERTARIK untuk membaca lebih lanjut. Pikirkan, bagaimana caranya agar pembaca berkata dalam hatinya, „Wow, keren banget", „Ini gue banget", „Ini bener...", dan sejenisnya.

Dalam status facebook Saya di atas, inilah yang termasuk dalam kategori INTEREST...

Saya yakin ungkapan seperti di atas pernah terlontar dari Anda, atau paling tidak terlintas dalam benak Anda. Betul?

Jika Anda sekarang benar-benar mantap memilih

bisnis sebagai jalan hidup Anda, coba Anda tanamkan pemikiran ini dalam benak Anda...

"Bisnis itu bukan tujuan, tetapi sebuah jalan membangun KEKAYAAN, yang dengan kekayaan itu membuat kita bisa melakukan BANYAK KEBAIKAN..."

Karena bisnis itu hanya sekedar jalan (wasilah), maka jangan jadikan bisnis ini SEGALANYA dalam hidup Anda. Misalnya, Anda menghalalkan segala cara untuk bisa mendapatkan uang banyak melalui bisnis Anda. Pokoknya Anda nggak mau tahu, pokoknya duitnya banyak! INI SALAH...

D = DESIRE

Tugas Anda selanjutnya adalah membuat pembaca merasa butuh dan ingin mendapatkan solusi dari yang Anda tawarkan.

Dalam status facebook Saya di atas, inilah yang termasuk dalam kategori DESIRE....

Pada akhirnya, jika Anda jadikan bisnis ini sebagai wasilah, maka Anda memiliki waktu yang cukup banyak untuk...

- Makin dekat sama Allah
- Makin sayang sama keluarga
- Makin banyak bersyukur
- Makin jauh dari kemaksiatan
- Makin rajin beribadah
- Makin rajin berdoa
- Makin rajin ikhtiyar

Mari kita saling mengingatkan dalam kebaikan. Semoga kita semua senantiasa berada di jalan-Nya.

Allah mencahayai hidup kita, membimbing kita, dan melindungi kita dari keburukan-keburukan.

C = CONVICTION

Kemudian, Anda harus membuat penegasan dan meyakinkan mereka bahwa apa yang baru saja Anda sampaikan adalah benar.

Dalam status facebook Saya di atas, inilah yang termasuk dalam kategori CONVICTION...

Ingat...

"Bisnis yang paling bagus bukan hanya bisnis yang Menghasilkan Uang saja, tapi juga yang SEMAKIN MENDEKATKAN OWNERNYA DENGAN PENCIPTANYA"

Silakan share kepada teman2 terdekatnya...

A = ACTION

Terakhir, Anda harus memastikan mereka benar-benar MELAKUKAN apa yang Anda minta.

Dalam status facebook Saya di atas, inilah yang termasuk dalam kategori ACTION....

Silakan share kepada teman2 terdekatnya...

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami formula AIDCA di atas?

Bagus. Itulah yang harus Anda gunakan setiap Anda membuat copywriting untuk kepentingan iklan atau promosi Anda.

Mungkin Anda bertanya, "Lho, kang. Itu kan statusnya bukan untuk jualan. Bagaimana?"

Yes. Status tersebut dibuat memang bukan untuk jualan, melainkan untuk kepentingan Sharing dengan kawan-kawan di Indonesia. Tapi pada prinsipnya, Anda bisa menggunakannya untuk kepentingan promosi dan jualan. Nggak percaya?

Inilah pengembangannya...

10 Teknik Menulis Copywriting

Ada 10 teknik yang bisa Anda gunakan dalam menulis Copywriting. Dengan menggunakan teknik ini, Anda dapat menulis Copywriting dengan mudah, cepat, dan menyenangkan.

Berikut adalah 10 teknik yang Saya maksud....

Teknik 1: STORY COPY

Intinya: Anda menyajikan copywriting dalam bentuk CERITA. Biasanya dilakukan dengan menceritakan pengalaman pribadi dengan pihak orang ketiga. Dalam teknik ini, sebisa mungkin Anda membuat cerita yang mengalir dan sulit dibaca endingnya oleh pembaca.

Berikut adalah beberapa contoh Copywriting yang ditulis dengan teknik Story Copy....

Contoh 1:

Produk yang Dijual: Powerbank

Target Market: Anak Muda, Gadget Hollic

Media yang Digunakan: Facebook

Kemarin gue dan temen-temen nyobain nongkrong di cafe baru di daerah Kemang.

Suasananya sih enak banget buat nongkrong. Sayang, nggak ada tempat colokan yang bisa digunakan ngecharge laptop atau handphone.

Awalnya kita seru-seruan ngobrol ngaler ngidul di cafe ini. Tapi lama kelamaan, salah satu temen gue mukanya cemberut dan suntuk.

Karena penasaran, akhirnya gue tanya, "Woi! Lo kenapa? Kok kusut banget muka lo?"

Dia jawab, " Ini nih. BT. HP gue lowbat. Padahal lagi kontak-kontakan sama pacar gue. Penting banget...".

Gue terus bilang, "Lho, itu kan lo bawa powerbank, kenapa nggak dipake?"

Dia bilang, "Nah itu dia. Percuma gue bawa powerbank. Payah banget, dah... Cepet banget abisnya... Padahal baru dicharge full tadi sebelum berangkat!"

Sontak gue jawab aja, "Makanya... Jangan asal pilih Powerbank. Pake yang udah jelas berkualitas dan tahan lama doonk.."

Dengan spontan dia tanya "Lu bawa powerbank nggak?"

Gue jawab, "Ada donk. Nih.. Pake aja. Gue baru beli di Megacell kemarin. Keren banget nih powerbank. Sekarang gue nggak pernah takut lagi kalau hp lagi lowbat. Karena bisa nyala 24 jam. "

"Wah. Kalau tahu kaya gitu gue kemairn beli di Megacell. Huffh.. Nyesel dah"

Gue jawab, "Hehehe... Penyesalan selalu datang belakangan, bro. Kalau di depan, namanya

pendaftaran. Saran gue, lu beli aja disana merk XYZ. Kebetulan lagi ada promo tuh kayanya. Lumayan kan bisa lebih hemat. Sayang banget kalau dilewatin tuh promo".

Kalau lu mau pesen, nih ada nomor temen gue yang kerja disana. SMS aja ke 0813-2210-xxxx.

Oke sip, bro. Thanks ya...

Siiip... sekarang lu nggak usah takut lagi kehabisan batteray. Karena powerbank lu bakalan tahan sampai 24 jam!

Contoh 2:

Produk yang Dijual: Workshop

Target Market: Pengusaha, Online Shop, Internet Marketer

Media yang Digunakan: Email

Halo, Dewa

Tadi malam Saya berdiskusi dengan tim Saya tentang Fenomena Bisnis Online di tahun 2015 ini.

Alhasil, hasil dari diskusi tersebut adalah kita DIHARUSKAN untuk tidak hanya Jago Jualan secara Offline, tapi juga secara Online. Yang harus kita pikirkan adalah.... Bagaimana Caranya kita bisa Kebanjiran Order dari Internet?

Kalau Saya hanya berpikir dan diam, Saya yakin nggak akan nemu solusinya. Saya harus belajar tentang ilmu yang satu ini. Pertanyaan yang muncul di kepala Saya, **"Saya harus belajar ke siapa?"**

Tercetuslah beberapa nama Mastah di dunia internet. Mulai dari A sampai dengan Z. Saya bingung deh mau belajar ke siapa.... Hehehe...

Namun Saya tertarik dengan satu nama yang disebutkan oleh salah satu tim Saya, dimana ketika ia mengenalkan profilnya kepada Saya, spontan Saya memutuskan untuk benar-benar belajar darinya.

Siapakah dia?

Beliau adalah **Diar Seonubi**

Kenapa Saya memutuskan untuk belajar dari Mas Diar?

Pertama, Mas Diar adalah seorang Praktisi. Yang namanya praktisi adalah sudah praktek, bukan cuma teori. Bayangkan saja, sudah banyak perusahaan ternama yang sudah dia handle, mulai dari Manulife, Soka Indah, Lufthansa, Transfarma, Grafika, PHRI, bahkan sampai Sariayu.

Kedua, ilmu-ilmu Mas Diar mudah untuk dipraktikkan. Hal tersebut dibuktikkan dengan banyaknya testimoni positif yang masuk gara-gara mempraktikkan ilmu belie.

Ketiga, Mas Diar sangat rendah hati dan sangat senang membimbing orang. Seperti yang sudah kita tahu, biasanya kalau ada orang yang ilmunya sudah 'merasa' tinggi, ia suka sesumbar dengan screen shoot penghasilan yang menggiurkan. Padahal sebenarnya penghasilannya masih recehan. Nah, Mas Diar tidak seperti itu. Walaupun jarang show up, tapi ilmu dan penghasilannya sudah benar-benar mastah. Hebatnya, beliau siap membimbing kita melalui Grup Khusus jika benar-benar serius.

Atas dasar itulah, akhirnya Saya memutuskan untuk membuka One Day Workshop Billionaire yang berjudul:

"GENJOT OMZET DARI INTERNET"
Cara Gampang Kebanjiran Order dari Internet

Saya mengundang Anda untuk hadir dalam Workshop tersebut. Untuk lebih detilnya Dewa bisa lihat pamflet ini...

(pamflet)

Jika Anda perhatikan di pamflet tersebut, Anda akan tahu bahwa investasinya cukup terjangkau, yaitu hanya Rp 1.450.000 saja. Setahu Saya, ilmu seperti ini mahal sekali. Bahkan, Saya pernah mau menghire seorang konsultan SEO dengan bayaran puluhan juta rupiah. GILA! Mahal juga ternyata... Ah, akhirnya nggak jadi deh. Hehe... Lebih baik keluar Rp 1.450.000 saja, Lebih Hemat, sisanya bisa kita pakai untuk keperluan lainnya.

Nah, coba Anda perhatikan baik-baik penawarannya... **Jika Anda termasuk 10 orang TERCEPAT yang mendaftar dalam Workshop tersebut, Anda cukup menginvestasikan Rp 975.000 saja.** WOW! Itu pun sudah termasuk makan siang + snack + BONUS 17 eBook senilai Jutaaan Rupiah. GENDENG!

Saran Saya, Dewa harus daftar sekarang. Kenapa? **Karena Saya tidak bisa menjamin besok seatnya masih tersedia.** Mengingat Saya menginformasikan ini ke lebih dari 20.000 orang. Sedangkan seat dibatasi hanya untuk 30 orang. Haduh...

SMS 082240020849 sekarang! Format SMS: [Workshop Billionaire] [Nama Lengkap] [Kota] [Email] [No HP]

Saya sangat kesulitan untuk mengundang beliau, mengingat jadwal beliau cukup padat dan malu-malu untuk berbagi dengan kita. So, manfaatkan kesempatan ini sebaik mungkin.

Yuk kita sama-sama Belajar. Genjot Omzet dari Internetnya mulai sekarang... supaya terus Banyak Orderan dan Transferan dari para Pelanggan ^_^ Asyik, kan?

Dewa Eka Prayoga
Founder Billionaire Store

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami teknik STORY COPY ini?

Ayo gunakan imajinasi Anda untuk membuat Copywriting dengan teknik Story Copy ini. Buat dengan gaya Anda sendiri.

Sekarang.

Teknik 2: YOU AND ME COPY

Intinya: Anda menyajikan copywriting yang SEOLAH-OLAH BERHADAPAN DAN BERBICARA LANGSUNG DENGAN PEMBACA. Gaya menulis yang digunakan adalah gaya bertutur dan lebih komunikatif.

Berikut adalah beberapa contoh Copywriting yang ditulis dengan teknik You & Me Copy....

Contoh 1:

Produk yang Dijual: Template Desain

Target Market: Online Shop, Orang yang Nggak Bisa Desain

Media yang digunakan: Email

Dewa, Ini Rahasia Saya Kenapa Selalu Closing Terus-Terusan!

Hi, Dewa

Ini sudah awal bulan, sudah seharusnya kita nyusun strategi baru agar bulan April bisa capai target yang

maksimal. Siaaaap? ^_^

Kali ini Saya ingin membagikan salah satu strategi penting untuk Dewa. Inilah strategi yang Saya gunakan selama ini kenapa Saya bisa closing terus-terusan setiap harinya. Ini pula yang membuat status facebook Saya dilike, dikomen, dan dishare oleh ratusan orang setiap harinya. Inilah rahasia kenapa promosi dan iklan-iklan Saya selalu menarik banyak pengunjung dan pembeli.

Apakah rahasia itu?

Inilah rahasianya. Strategi ini Saya namakan: **VISUAL SELLING.**

Intinya, Anda harus memiiki 3 hal ini jika promosi dan jualan Anda ingin laku keras nggak karuan...

Pertama, **Unique Message.** Anda harus pandai dalam membuat Copywriting yang Ciamik. Saran Saya, latihlah dengan membuat Cerita dalam bentuk tulisan. Buatlah cerita yang mengalir dan dapat menyentuh emosi pembaca.

Kedua, **Strong Visual.** Anda harus mampu membuat desain promosi yang Seksi. Tujuannya adalah agar orang-orang tertarik, melirik, dan melihat promosi Anda. Kalau sudah begitu, Anda tinggal mainkan Headline dan Copywritingnya seperti yang sudah Saya jelaskan di poin pertama.

Ketiga, **Push to Action**. Pikirkan, bagaimana caranya promosi Anda berakhir dengan penjualan. Buatlah kata-kata yang mematikan dan menghipnosis orang untuk mengambil tindakan. Karena disitulah awal dari penjualan.

Bagaimana, apakah Dewa sudah paham?

Sekali lagi, ubah strategi Anda. Lakukan 3 poin tersebut. Kenapa? Zaman sudah berubah. Ini eranya visual. Orang memutuskan beli, bukan semata-mata karena produknya bagus, tapi juga karena desain promosinya menarik untuk dilihat.

Nah, ngomong-ngomong soal **Strong Visual** (terutama saat mempromosikan produk), Anda tidak perlu Jago Desain, lho. Kenapa? Karena salah satu sahabat Saya akan membantu Anda dalam membuat desain promosi yang seksi. Bahkan, bisa meningkatkan % Closing Penjualan Anda jika Anda berjualan di BlackBerry, Facebook, dan Twitter.

Saya sudah buktikan sendiri. Desain-desain buatannya sangat banyak membantu Saya dalam memperbesar konversi penjualan. Saya tahu betul, bayarannya mahal jika Anda harus membayar jasa desain dia.

Tapi Saya ada kabar baik, Dewa tidak usah bayar dia mahal-mahal. Karena dengan template desain yang sudah dibuatnya, Anda cukup mengeluarkan uang Rp 499.000 saja. Bahkan, barusan Saya ngobrol dengan beliau, katanya beliau **akan memberikan DISKON sebesar Rp 202.000**. Artinya, Dewa cukup menginvestasikan uang Rp 297.000 saja.

Saya tahu, beliau ketularan gendeng seperti Saya. Saking gendengnya, katanya beliau akan memberikan DISKON 50% lagi kepada 50 orang tercepat yang merespon penawaran ini. Gendeng?

BELI SEKARANG DISINI

Keputusan Anda akan menentukan Omzet Anda bulan April, DIJAMIN!

NB:

Sssst....!! Kalau boleh jujur, gara-gara produk ini, Saya bisa mencetak KEUNTUNGAN bersih lebih dari

Rp.175.000.000 hanya dalam 5 hari, lho. Edan, kan? Cobain deh!

Dewa Eka Prayoga

Founder Billionaire Store

Contoh 2:

Produk yang Dijual: Buku

Target Market: Pengusaha, Business Owner, Online Shop

Media yang digunakan: Email

Hi, Dewa

Kemarin Saya baru saja membagikan Ebook terbaru Saya yang berjudul **"Strategi Edan Omzet Milyaran"** kepada Anda. Sudah baca, kan?

Bagaimana perasaan Anda sekarang? Apakah Anda sudah mendapatkan pencerahan dan pelajaran berharga untuk diterapkan dalam bisnisnya kedepan?

Tenang Dewa, itu baru saja pemanasan. Hehe.. ILMU yang sesungguhnya baru akan Saya bongkar habis-habisan di buku ke-7 yang berjudul **"Dongkrak Omzet Milyaran Dengan Tim Penjualan"**.

Jika Anda benar-benar mempraktikkannya, jangan salahkan Saya ya kalau tiba-tiba omzet bisnis Anda meningkat pesat nggak karuan.

Bahkan, Anda pun akan tahu bagaimana caranya menyusun Strategi Penjualan yang bisa Menghasilkan Omzet Milyaran per Bulan. Bukankah itu yang Anda inginkan? Iya, kan?

Intinya: Saya ingin membagikan SEMUA Strategi Penjualan Terbaik Saya kepada Anda.

Saya tahu Anda penasaran dan sudah tidak sabar untuk segera membaca buku terbaru Saya. Oleh karena itu, Anda bisa memesannya sekarang melalui SMS 085861776477 (Amalia).

Satu hal yang perlu Anda ingat, Anda tidak perlu menghabiskan budget promosi untuk melakukan trial & error Strategi Penjualan yang sudah jelas-jelas TIDAK Menghasilkan. Anda bisa mencontek Strategi Penjualan Saya sekarang. Yang sudah TERBUKTI Menghasilkan, Praktis, dan Aplikatif!

Mereka adalah sebagian orang yang sudah membuktikannya...

"Ilmu Selling mas Dewa Saya praktekkan semua. Alhamdulillah hasilnya oke. Omzet mendekati 2 Milyar. Saya sudah hampir 3 tahun mulai bisnis dari nol hingga berhasil seperti ini..."
(Nicky Sonjaya, @CASIBER_ID)

"Bukunya MANTAP coach, profit naik 300%..."
(Pusat Grosir Sport, @pgsmurmer)

"Alhamdulillah Saya praktekkan ilmu dari mas Dewa, dalam 2 minggu penjualan tanah kavling kami di Surabaya tercapai 50%, melebihi target. Profitnya 1,6 Milyar. Sekarang unitnya tinggal beberapa saja. Makasih ya mas Dewa..."
(Huda, Pengusaha Properti)

Sekarang, Anda pun bisa seperti mereka. Lihat dan Buktikan sendiri!

SMS 085861776477 untuk Pre-Order bukunya sekarang. Masa Pre-Order akan **DITUTUP BESOK!** Manfaatkan Kesempatan ini sebaik mungkin. Pre-Order sekarang, atau Menyesal kemudian!

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami teknik YOU & ME COPY ini?

Ayo buat dengan pendekatan Anda sendiri. Suntikkan "ruh" Anda dalam copywriting yang Anda. Buat dengan gaya Anda sendiri.

Sekarang.

Teknik 3: FORTRIGHT COPY

Intinya: Anda menyajikan copywriting dengan MENGUNGKAPKAN KELEBIHAN DAN KEKURANGANNYA. Tujuannya adalah untuk memperkuat isi pesan, dianggap jujur, dan benar adanya.

Contoh 1:

Produk yang Dijual: Buku

Target Market: Pengusaha, Online Shop, Reseller, Dropshipper

Media yang digunakan: Email

Ya, Dewa Eka Prayoga memang tidak pernah mempromosikan atau membantu menjualkan buku saya **BOM: Bisnis Online Milyaran,** namun pasukan reseller-nya lah yang mempromosikannya.

Hasilnya?

Dalam waktu kurang dari 3 minggu, para reseller tersebut berhasil menjual 250an buku. Padahal harga buku saya tidak murah: Rp.238ribu. itu artinya omzet senilai Rp.59500000 atau hampir **60 Juta rupiah dalam waktu kurang dari 3 minggu.**

Bayangkan jika saya menghubungi Dewa lebih cepat untuk mengajak kerjasama dalam penjualan buku saya, bisa jadi angka diatas udah bertambah 2 sampai 3 kalinya saat ini.

Kini Anda juga bisa membangun tim penjualan seperti yang dilakukan oleh Dewa, Ia menulis secara detail bagaimana ia membangunnya di dalam buku:

Dongkrak Omzet Milyaran Dengan Tim Penjualan!

Buku ini saat ini masih dalam tahap Preorder, jika Anda memesannya sekarang ada bonus senilai lebih dari **Rp.4Juta!** menanti Anda, antara lain:

1. DISKON 30%. Anda cukup bayar Rp 210.000 saja (HEMAT 90.000).
2. GRATIS pembinaan reseller (pendaftaran dan 10 tiket Seminar #UdahResellerAja) senilai Rp 3.999.000.
3. GRATIS eBook #17TeknikClosing senilai Rp 249.000.
4. GRATIS eBook #Copywriting senilai Rp 297.000.

TOTAL BONUS senilai Rp 4.635.000

Semua penawaran diatas akan hilang pada tanggal 31 Januari, artinya, Anda hanya memiliki **Kurang Dari 4 HARI!** Untuk memesan buku ini

Karenanya pesan disini sebelum terlambat >> http://yuk.bl/t14b06

Jika ada yang ingin Anda tanyakan, silahkan balas email ini.

Selamat jualan..

Fikry Fatullah
JuPe (Juragan Pemasaran) YukBisnis.com

Contoh 2:

Produk yang Dijual: Suplemen Penurun Berat Badan

Target Market: Orang yang Ingin Langsing, Orang Gemuk

Media yang digunakan: Broadcast

Awas! Jangan Percaya kata-kata Saya

Ya, Anda tidak boleh percaya kata-kata Saya sebelum Anda membuktikannya sendiri.

Suplemen yang Saya miliki ini dapat membantu Anda dalam menurutkan berat badan yang Anda inginkan. Bahkan, berdasarkan pengalaman sebelumnya, berat badan Anda bisa turun hingga 10 kg hanya dalam 20 hari saja. Hebat, kan?

Namun, jika ada orang yang yang mengatakan bahwa untuk menurunkan badan tapi tanpa olahraga dan menjaga pola makan, itu pasti bohong. Iya, kan?

Karenanya, suplemen ini pun TIDAK akan bekerja dengan maksimal jika Anda tidak berolahraga dan menjaga pola makan Anda dengan teratur.

Produk ini akan bekerja sangat maksimal saat menurunkan berat badan Anda hingga 10 kg dalam 20 hari jika Anda benar-benar menjaga pola makan Anda, olahraga, tidur teratur, dan tentunya mengkonsumsi xxxx setiap hari. Rasakan dan buktikan sendiri!

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami teknik FORTRIGHT COPY ini?

Tidak semua orang berani menggunakan teknik ini, karena dituntut untuk mengutarakan kekurangannya. Tapi ketahuilah, semakin Anda menceritakan kekurangan Anda, semakin orang akan percaya bahwa apapun yang dikatakan oleh Anda (lainnya) adalah benar. Ini adalah sebuah teknik.

Ayo buat dengan cara Anda sendiri. Sekarang.

Teknik 4: HIPERBOLIC COPY

Intinya: Anda menyajikan copywriting dengan cara MELEBIH-LEBIHKAN, LEBAY, DAN MERASA PALING dibandingkan yang lain. Ini boleh-boleh saja dilakukan, asalkan sesuai fakta dan bisa dipertanggungjawabkan. Tujuan menggunakan teknik ini tiada lain adalah untuk menarik hasrat pembaca.

Contoh 1:

Produk yang Dijual: Suplemen Peninggi Badan

Target Market: Orang yang Ingin Tinggi Badannya Naik

Media yang digunakan: Facebook

Ini Benar-Benar FANTASTIS!

Tinggi Badan Anda bisa Naik 5 cm hanya dalam 1 bulan!

Wow, kok bisa???

Yes. Bisa bangeeet... Bahkan, sudah ada ribuan orang sudah membuktikannya. Kini giliran Anda!

Tertarik?

Temukan solusinya di www.PeninggiBadanTercepat.com

Untuk konsultasi langsung, silakan invite pin: xxxx dan SMS ke nomor xxxxxx

Rasakan KEDAHSYATANNYA!

Contoh 2:

Produk yang Dijual: Buku

Target Market: Pengusaha dan Online Shop

Media yang digunakan: Email

Ketiban Uang 10 juta setiap bulan!

Kami sudah temukan pola yang bisa MEMASTIKAN Anda ketiban uang (MINIMAL 10 Juta/bulan).

Terlalu muluk?

Tentu saja tidak. Soalnya penulis buku ini sudah membuktikan sendiri dan menghasilan 10 juta per hari. SERIUS.. ^_^

Temukan Rahasianya dalam buku...

"Dijamin Penghasilan 10 Juta Per Bulan"

Tanpa harus ke kantor, tanpa sowan ke dukun

Karya @MotivaTweet dan @DewaEkaPrayoga (Master Jualan dan Bisnis Offline dan Online)

Harga: Rp 365.000

Apa yang akan dipelajari dalam buku FENOMENAL ini?

- Jurus Memiliki Penghasilan di atas rata-rata orang kebanyakan
- Teknik jitu menjadikan bisnis sebagai kebun uang yang siap panen kapanpun kita inginkan
- Cara Jualan Laris Manis tanjung kimpul
- 3 Rahasia melipatgandakan omzet bisnis dengan cara logis dan masuk akal
- 3 langkah mendominasi pasat
- Cara membuat 100% orang tertarik melihat bisnis and
- 3 jurus meninggalkan pesaing Bisnis Anda jauuuuh di belakang
- Rahasia manajemen keuangan kelas dunia

Bayangkan! Dalam beberapa bulan kedepan, Anda bisa menghasilkan 10 jt per bulan. Dijamin!

Ini bisa jadi adalah keputusan TERBAIK yang Anda buat. EKSYEN sekarang juga!

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami teknik HIPERBOLIC COPY ini?

Ingat, saat menggunakan teknik ini, jangan sampai Anda kelewatan dalam membuat copywriting. Anda harus benar-benar bisa mempertanggungjawabkannya.

Ayo buat dengan gaya Anda sendiri. Sekarang.

Teknik 5: TEASER COPY

Intinya: Anda menyajikan copywriting yang seolah-olah MENGEJEK, MENANTANG, MERAGUKAN, dan MENYEPELEKAN PEMBACA.

Contoh 1:

Produk yang Dijual: Madu Kuat

Target Market: Pria Dewasa

Media yang digunakan: Facebook

Anda tak akan Mampu Mengalahkannya!

Ya, bisa jadi Anda tak mampu mengalahkannya. Siapa yang harus Anda kalahkan?

Bukan. Bukan kompetitor Anda, bukan saingan Anda, bukan orang lain. Ia adalah pasangan Anda sendiri. Hehehe ^_^

Sesuai riset, Journal of Sexual Medicine, rata-rata pria bisa bertahan 5,4 menit saja saat berhubungan intim.

Ada banyak cara untuk meningkatkan kualitas dan stamina Anda. Salah satunya adalah mengkonsumsi Madu xxxx.

Saya menantang Anda, seberapa hebat daya tahan Anda bersama pasangan Anda?

Anda tidak perlu menjawabnya. Datangi pasangan Anda sekarang, minum madu xxxx, dan buktikan sendiri!

Contoh 2:

Kompetisi Reseller

Target: Seluruh Reseller

Media yang digunakan: Broadcast

TANTANGAN UNTUK ANDA

Penjual yang hebat selalu menyukai Tantangan. Oleh karena itu, jika Anda merasa penjual yang hebat, atau Anda ingin menjadi penjual yang hebat, Saya ingin Menantang Anda. Siap?

Saya menantang Anda untuk berkompetisi secara sehat sesama reseller untuk mendapatkan Penjualan TERBANYAK buku ke-7 Saya yang berjudul "Dongkrak Omzet Milyaran dengan Tim Penjualan".

Sekali lagi Saya tanya, apakah Anda siap?

Jika siap, berikut adalah ketentuannya:

- Omzet penjualan dihitung sejak tgl. 1 Februari s/d 28 Februari 2015. Artinya, penjualan buku PO buku ke-7 bulan Januari TIDAK dihitung
- Anda harus melewati batas minimal penjualan yaitu 50 eksemplar. Artinya, jika penjualan Anda masih di bawah 50 eks, Anda tidak masuk dalam kategori pemenang.
- Akan ada 3 pemenang, dengan hadiah:
  1. Juara 1: Uang Tunai Rp 10 juta
  2. Juara 2: Uang Tunai Rp 5 juta
  3. Juara 3: Uang Tunai Rp 1 juta

Jika Anda menjadi juara 1, maka komisi yang akan Anda dapatkan dari penjualan Buku ke-7 ini adalah: Total Komisi per Produk + uang tunai Rp 10 juta.

Misalnya, Anda menjual 100 buku. Maka yang Anda dapatkan adalah:

(Rp 60.000 x 100 eks) + Rp 10 jt = 16 juta

Asyik, kan?

Sekali lagi, Anda akan dinyatakan sebagai Pemenang jika Anda telah melewati batas minimal penjualan 50 eks dan mendapatkan omzet tertinggi dibandingkan reseller lainnya

Hanya ketika Anda berkomitmen Closing minimal sehari 3 buku saja, Anda sudah berpeluang untuk menjadi pemenang dalam kompetisi ini.

Tugas Anda berikutnya, Anda harus berjuang dan bersaing sesama Reseller lainnya untuk menjadi Juara 1,2, atau 3.

Apakah Anda mau mengambil peluang ini?

Siapkan diri Anda dari sekarang. Kerahkan kemampuan Anda!

"Orang Beruntung pandai dalam memanfaatkan Peluang"

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami teknik TEASER COPY ini?

Ayo buat dengan kreativitas Anda sendiri. Buat sekarang juga.

Teknik 6: NEWS PAGE COPY

Intinya: Anda menyajikan copywriting dalam bentuk BERITA atau PENGUMUMAN. Tujuannya tentu untuk menginformasikan sesuatu.

Contoh 1:

Menginformasikan Webinar

Target Market: Pengusaha dan Online Shop

Media yang digunakan: Email

Hanya ingin mengingatkan, khawatir Dewa lupa ^_^

Malam ini kita ada Webinar GRATIS bersama dalam Yubi Online Seminar (YOS). Untuk dapat mengikutinya, **silakan daftar dulu disini**

Saran Saya, sebelum mengikuti webinar nanti, Anda terlebih dahulu sudah mengisi tes karakter jago jualan Anda **disini**

Pastikan Anda mengikutinya malam nanti. Pasang alarm dari sekarang. Jangan sampai terlambat.

Ingat, Jam 8 malam!

NB:

Jika selama berjalannya webinar nanti ada yang ingin Anda tanyakan, jangan sungkan untuk mention @ DewaEkaPrayoga via twitter. Gunakan hestek #YOS ya...

Contoh 2:

Bagi-bagi Ebook GRATIS

Target Market: Pengusaha dan Online Shop

Media yang digunakan: Facebook

Rencananya Saya mau bagikan materi Seminar Saya yang berjudul "Laku Keras Gara-Gara Jualan Online " di grup ini. Boleh?

Tapi Saya pengen tahu dulu, kawan2 benar-benar serius mau atau nggak?

Coba isi bagian komen dengan kata "MAU" dan Share status ini ke teman2nya.

Nanti kalau sharenya udah nyampe 100, Saya mau bagikan ebooknya GRATIS!

Mau?

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami teknik NEWS PAGE COPY ini?

Anda bisa menggunakan teknik ini saat Anda ingin mengumumkan sesuatu. Silakan.

Teknik 7: Competitive Copy

Intinya: Anda membandingkan KUALITAS, FITUR, DAN BENEFIT PRODUK ANDA DENGAN PRODUK PESAING.

Contoh:

Produk yang Dijual: Bimbingan Belajar

Target Market: Orang Tua yang Punya Anak

Media yang digunakan: Brosur

Apa yang akan Anda dapatkan disini dan tidak akan didapatkan di tempat lain?

1. Jaminan Lulus UN
2. Garansi 100% uang kembali
3. Kunjungan Rutin

4. Perwalian
5. Rapport Bulanan

Orang lain tidak mampu menjamin kelulusan anak Anda. Tapi kami mampu menjaminnya.

Selain itu, orang lain tidak bisa menjamin anak Anda:

- Lulus UN dengan nilai yang tinggi
- Masuk Perguruan Tinggi Favorit
- Menemukan Karakter dan Potensi terbaiknya

Sekarang, Anda tinggal pilih:

- Memasukkan anak Anda ke bimbel kami dan terjamin masa depannya, atau
- Memasukkan anak Anda ke bimbel lain dan belum jelas masa depannya?

Pilihan dan keputusan Anda akan menentukan masa depan anak Anda!

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami teknik COMPETITIVE COPY ini?

Ayo buat dengan cara Anda sendiri. Sekarang.

Teknik 8: FACTUAL COPY

Intinya: Anda menyajikan copywriting dengan banyak bicara soal DATA, INFORMASI, DAN FAKTA dari produk yang dijual.

Contoh:

Produk yang Dijual: Perawatan Kulit

Target Market: Pengusaha dan Online Shop

Media yang digunakan: Brosur

Skin Care adalah pusat perawatan kulit wanita dengan bahan-bahan dari alam. Skin Care sudah terbukti banyak membantu merawat dan mengencangkan kulit wanita dengan baik. Skin Care didukung oleh ahli kulit, lulusan Skincare University, London. Kini Skin Care hadir di Jl. Setiabudi, pusat kota Bandung. Skin Care buka nonstop dari jam 08.00 sampai jam 21.00 malam.

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami teknik FACTUAL COPY ini?

Jika Anda perhatikan, teknik ini hampir mirip dengan teknik News Page Copy. Perbedaannya terletak dari gaya bahasa dan pilihan kata yang Anda gunakan. Factual Copy cenderung datar dan tidak mengandung unsur emosi.

Teknik 9: HUMOURUS COPY

Intinya: Anda menyajikan copywriting yang bersifat HUMOR, LUCU, dan MENGHIBUR pembaca. Tujuannya tentu agar mereka semakin nyaman dengan Anda.

Contoh:

Produk yang Dijual: Bakso

Target Market: Pembeli Bakso

Media yang digunakan: Banner

Berdoalah sesuai Statusnya Masing-Masing!

Ya Tuhan... Kalau dia memang jodohku, dekatkanlah...

Tapi kalau bukan jodohku, jodohkanlah..

Kalau dia bukan jodohku, jangan sampe dia dapet jodoh yang lain selain aku...

Kalau dia jodoh orang lain, putuskanlah.. Jodohkan denganku..

Aamiiin...

@BaksoBoedjangan

Cuma becandaan, jangan diambil ati. Yuk ngebakso ajeee.... Hehehe

NB:

Ajak temen-temenku yang Jomblo makan disini ya! Supaya ada yang nemenin ^_^

Bagaimana, apakah Anda sudah memahami teknik HUMOURUS COPY ini?

Silakan gunakan kreativitas Anda saat membuatnya. Pikirkan, bagaimana caranya orang lain tersenyum bahkan tertawa saat membaca Copywriting yang Anda buat.

Teknik 10: VISUAL COPY

Intinya: Anda lebih banyak menggunakan TAMPILAN VISUAL DIBANDINGKAN KATA-KATA. Biarkan tampilan visual yang menghipnosis pembaca.

Contoh:

Produk yang Dijual: Kaos

Target Market: Anak Muda, Pengusaha

Media yang digunakan: Facebook

Teknik Kerja Sama

Anda baru saja mempelajari 10 teknik menulis copywriting yang menjual. Kini Saya ingin memberitahu Anda sebuah teknik yang akan memudahkan Anda dalam membuat Copywriting. Teknik ini akan membuat copywriting Anda terlihat keren tanpa perlu berpikir pusing dan analisa yang rumit. Teknik ini sudah terbukti Ampuh banyak melariskan banyak produk. Teknik apakah itu?

Ya. Teknik ini dinamakan teknik: KERJA SAMA (Lu yang kerja, gue yang samain) ^_^ hehehe

Orang-orang banyak mengenalnya dengan sebutan: ATM (Amati, Tiru, Modifikasi) atau KOPASUS (Kopi Paste Ubah Sedikit) #Maksa ^_^ Tapi awas, Anda tidak boleh melakukan yang namanya ATP (Amati, Tiru, Plek!), alias sama persis. Itu kebangetan banget. Plak!

Back to topic.

Teknik KERJA SAMA ini digunakan untuk mempelajari POLA yang sukses. Bahasa kerennya: Modelling. Contek yang sudah terbukti berhasil.

Inilah penerapannya...

- Cari iklan produk yang serupa dengan produk Anda
- Follow semua akun twitter kompetitor Anda. Perhatikan copywriting mereka
- Like semua page facebook kompetitor Anda. Perhatikan copywriting mereka
- Subscribe semua website kompetitior Anda. Perhatikan copywriting email yang mereka kirimkan.
- Perhatikan copywriting perusahaan-perusahaan besar di Indonesia
- Baca iklannya sampai habis. Kalau menarik, baca sampai selesai. Kalau nggak menarik, tinggalkan
- Begitu ada iklan yang Anda baca sampai habis, jelas ilmu copywritingnya keren. Kok gitu, kang? Iya lah... buktinya Anda baca sampai habis? Sadar, kan?
- Baca perlahan. Tulis ulang. Edit
- Nah, baru deh, terapkan teknik KERJA SAMA. Copy-paste iklannya, modifikasi, dan tambahin bumbu ilmu copywriting yang sudah Anda pelajari dari bab-bab sebelumnya
- Ulang terus, sampai Anda benar-benar mahir

Mungkin Anda bertanya, "Lho, caranya kita tahu kalo kita sudah mahir copywriting, bagaimana?"

Itu gampang. Coba Anda buat satu iklan atau promosi produk tertentu, lalu sebarkan. Kalau banyak yang closing, berarti Anda sudah mahir copywriting. Sip!

"Copywriting yang Bagus adalah yang menghasilkan Penjualan..."

13 Trik Menulis Copywriting yang Menjual!

Anda baru saja mempelajari 10 teknik dalam menulis copywriting. Apakah Anda sudah memahaminya?

Jika sudah, syukurlah... Jika belum, tenang saja. Silakan baca ulang sampai benar-benar paham. Sebagai tambahan, Saya akan memberikan trik-trik agar copywriting Anda terlihat semakin seksi dan benar-benar menjual.

Inilah 13 trik yang harus Anda lakukan...

1. Dalam satu paragraf, pastikan hanya ada satu pesan. Karena otak manusia hanya akan menangkap satu pesan dari setiap paragraf ataupun sesuatu yang kita tulis.
2. Tulislah dengan poin-poin, bukan cerita panjang nggak beraturan. Seperti halnya Anda sekarang sedang membaca tips-tips ini, Saya menggunakan poin-poin, kan? Ingat, lebih baik banyak paragrafnya daripada terlalu banyak kalimat di setiap paragrafnya.
3. Gunakan Huruf Besar dan Huruf Kecil pada tempatnya. Jika Anda benar-benar ingin memberikan penekanan, maka gunakanlah huruf besar semua. Jika penekanan Anda tidak terlalu kuat, maka gunakanlah huruf besar hanya pada awal kata saja. Jika Anda menggunakan kata sambung, maka gunakanlah huruf kecil.
4. Gunakan Cetak Tebal pada kata atau kalimat yang Anda anggap penting. Selain menggunakan huruf besar, Anda

pun bisa menggunakan cetak tebal untuk menandakan bahwa itu penting atau memberikan penekanan.

5. Gunakan bahasa yang disukai dan dimengerti oleh pembaca Anda. Kenali target market Anda. Kenali pembaca Anda. Gunakan bahasa mereka.
6. Tuliskan untuk satu orang. Gunakan kata "Anda" atau "Kamu". Jangan gunakan kata seperti: teman-teman, kalian, tweeps, kawan-kawan, kamu-kamu, dan sejenisnya.
7. Gunakan gambar/foto atau video. Jika media yang Anda gunakan adalah online, lengkapi copywriting Anda dengan mencantumkan gambar/foto atau video. Itu akan lebih menarik bagi pembaca.
8. Menulis seperti Anda Berbicara. Bayangkan, saat Anda menulis, orang yang sedang Anda ajak bicara berada di depan Anda. Menulislah seperti Anda berbicara.
9. Jika sedang Diskon, tunjukkan berapa uang yang mereka hemat. Saat Anda menyampaikan harga kepada pembaca, dan Anda menyampaikannya dengan memberikan Diskon atau Harga Coret, sebaiknya Anda pun memberitahu pembaca berapa jumlah uang yang mereka hemat.
10. Spesifik. Misalnya, "Ratusan orang sudah menggunakan produk ini." Itu kalimat yang tidak jelas! Kredibilitas Anda pun dipertanyakan. Sebagai gantinya, Anda perlu menggunakan kalimat dengan mencantumkan angka yang spesifik. Misalnya, "317 orang sudah menggunakan produk ini." Kalimat ini lebih menunjukkan kredibilitas Anda daripada kalimat yang sebelumnya.
11. Gunakan Kata Pendorong. Jika Anda kebingungan dan blank apa yang harus Anda tulis saat menulis Copywriting, maka gunakanlah kata pendorong seperti: karena, jika, dan, atau. Perhatikan setiap tulisan Saya dalam buku ini, setiap kali ada kata "Jika" di awal kalimat, artinya Saya sedang bingung mau menulis apa. hehehe ^_^

12. Repetisikan. Inilah salah satu rahasia Saya dalam menulis copywriting. Saya seringkali mengulang-ngulang apa yang sudah Saya tulis. Bukan berarti Saya tidak sadar, justru Saya sangat menyadarinya. Tujuannya satu: Memberikan Keyakinan dan Efek Hipnosis kepada Pembaca. Catat!
13. Keluarlah dari ego Anda, masuklah dalam ego pembaca. Inilah kunci dari teknik Hypnotic Writing. Anda pun bisa menggunakannya dalams setiap Copywriting yang Anda buat. Tujuannya satu: Orang Mau Melakukan Apa yang Anda Perintahkan. Asyik, kan?

Ayo Praktikan. Sekarang!

Apakah Anda mulai mengetahui teknik-teknik dalam menulis Copywriting yang menjual?

Kini giliran Anda memainkan Imajinasi untuk membuat cerita yang menarik dan mempraktikan teknik-teknik tersebut dalam bisnis Anda.

Ayo prakikan. Sekarang.

BAB 6

17 TAKTIK PROMOSI YANG TERBUKTI MENGHASILKAN

"Orang Tidak Suka Dijuali, Tapi Orang Suka Beli"

Masih ingat dengan anatomi ke-2 dalam sebuah Copywriting?

Ya. Betul. Anatomi ke-2 dalam Copywriting adalah PENAWARAN. Penawaranlah yang akan benar-benar menarik orang untuk beli. Ini penting untuk Anda pelajari.

Pada bab ini Anda akan belajar bagaimana membuat penawaran super powerful yang mampu menarik banyak pembeli dan meningkatkan omzet penjualan produk Anda.

Rumus Omset

Bagi Anda yang sudah sering ikut seminar atau training Saya, tentu Anda tahu sudah bagaimana caranya menaikkan, meningkatkan, dan meledakkan omzet penjualan bisnis Anda seketika. Ya, kuncinya adalah fokus pada sesuatu yang menyebabkan omzet Anda benar-benar naik. Inilah rumusnya...

PROSPEK
X
% CLOSING
=
BUYER
X
AVG SALES
X
REPEAT ORDER
=
OMSET

Berdasarkan rumus di atas, sangat terlihat jelas bahwa OMSET adalah efek dari aktivitas marketing Anda. Fokus Anda adalah pada aktivitasnya (penyebabnya), bukan omsetnya (hasilnya). Anda harus memikirkan:

- Bagaimana cara Anda mendatangkan PROSPEK? Media apa saja yang akan Anda gunakan? Taktik apa yang Anda gunakan agar mereka benar-benar tertarik untuk datang?
- Bagaimana cara Anda meningkatkan %CLOSING? Penawaran seperti apa yang membuat mereka benar-benar tergiur membeli produk Anda dengan segera? Taktik apa yang akan Anda gunakan agar hal tersebut benar-benar terjadi?
- Bagaimana cara Anda memperbesar RATA-RATA PENJUALAN? Apa yang akan Anda lakukan agar setiap transaksi terjadi dalam jumlah yang lebih besar? Taktik apa yang akan Anda gunakan?
- Bagaimana cara Anda memastikan pembeli Anda melakukan REPEAT ORDER? Apa yang akan Anda lakukan agar mereka beli lagi dan lagi? Taktikt apa yang akan Anda gunakan untuk memastikan itu terjadi?

Pastikan setiap aktivitas marketing yang Anda buat bertujuan untuk menjawab pertanyaan-petrtanyaan di atas. Jangan sampai kegiatan marketing Anda berjalan sia-sia.

Nah, kali ini Saya ingin menunjukkan kepada beberapa taktik promosi yang bertujuan untuk meningkatkan omzet penjualan produk Anda. Tentu, saat Anda membacanya, Anda harus menebak-nebak, kira-kira aktivitas tersebut bertujuan untuk

meningkatkan bagian aktivitas yang mana, ya? Ada yang bertujuan untuk memperbanyak prospek, meningkatkan %closing, memperbesar rata-rata penjualan, dan mempersering repeat order dari pembeli. Yuk kita mulai, ya...

Taktik 1: BESOK HARGA NAIK

Taktik ini sering Saya gunakan dalam menjual seminar tahunan Saya di Billionaire Coach. Semakin menunda, orang akan membayar semakin mahal. Inilah yang harus kita lakukan, yaitu MEMIKIRKAN AGAR ORANG TIDAK MAU MENUNDA-NUNDA. Kenapa? Karena penyakit terbesar seorang calon pembeli adalah menunda-nunda: Ah besok saja deh, tanya istri/suami dulu, nanti deh, kapan-kapan ya, dan lain-lain

Tak hanya saat menjual seminar, saat mempromosikan buku pun Saya biasa melakukan hal ini. Ketika Saya menggunakan taktik ini, biasanya omzet penjualan Saya meningkat hingga 3x lipat dalam 1 hari. WOW, LUAR BIASA!

Jika Anda sering menonton televisi iklan properti yang dibawakan oleh Feny Roose, maka Anda akan tahu bahwa taktik ini sering digunakan oleh perusahaan properti tersebut. Katanya: "Senin Harga Naik". Walaupun, Saya tidak tahu apakah harga tersebut benar-benar naik atau tidak. Walllahu'alam...

Yang terpenting Jangan pernah Berbohong! Jika harga akan naik, maka naikkan. Tapi jika tidak, jangan sekali-kali menggunakan taktik ini.

Nah, kira-kira menurut Anda, apa tujuan dilakukannya taktik seperti ini?

Ya, betul. Tujuannya adalah untuk memperbesar % CLOSING.

Sekali lagi, penting untuk dicatat bahwa saat Anda menggunakan taktik ini, maka Anda harus benar-benar KOMITMEN. Ya, Anda harus komitmen untuk menaikkan harga tersebut jika mereka membelinya besok. Jika Anda tidak komitmen dengan janji ini, maka bisa dipastikan pelanggan Anda bakal meremehkan iklan Anda berikutnya. Saat Anda bilang "Besok Harga Naik 2x Lipat", maka pelanggan dalam hatinya akan bilang "Tenang... Beli minggu depan juga bakal dikasih harga normal, kok...". Jangan sampai ini terjadi pada Anda.

Taktik 2: GRATIS ONGKOS KIRIM

Taktik ini akan sangat memancing target market Anda terutama yang berada di luar kota, pulau, atau jauh dari tempat bisnis Anda. Taktik ini pernah Saya lakukan saat menjual buku. Bahkan, hampir selalu saat Saya membuat promo untuk pertama kalinya, Saya biasanya menggunakan taktik ini.

Saat Anda menggunakna taktik ini, Anda bisa menyasar target market yang berada di luar kota atau pulau di Indonesia. Ini pula yang dilakukan oleh salah satu reseller Saya di Billionaire Store. Ia begitu cerdik memanfaatkan taktik ini saat mempromosikan buku ke-3 Saya yang berjudul TEMBUS OMSET 100 JUTA MODAL BLACKBERRY. Ia menggunakan Facebook Ads untuk menyasar orang-orang yang berada di luar pulau. Alhasil, dengan memanfaatkan taktik ini, ia mampu menjadi TOP 1 RESELLER DI BILLIONAIRE STORE ketika itu.

Nah, kira-kira menurut Anda, apa tujuan dilakukannya taktik seperti ini?

Ya, betul. Tujuannya adalah untuk memperbesar % CLOSING.

Namun yang perlu Anda perhatikan saat memberikan GRATIS Ongkir adalah Anda benar-benar sudah memperhitungkan profit bisnis yang akan Anda dapatkan. Anda harus bisa memperkirakan harga ongkir maksimal yang diberikan. Jangan

sampai gara-gara ongkir gratis, omset Anda menjadi tinggi, tapi profit (keuntungan) yang Anda dapatkan sedikit, atau bahkan hampir tidak ada, karena habis dimakan ongkir. Intinya, buatlah penawaran GRATIS ongkir yang sudah diperhitungkan.

Taktik 3: VOUCHER ROMBONGAN

Saya mendapatkan inspirasi mengenai taktik ini ketika Saya belanja di ACE Home Center. Ketika itu, setelah melakukan pembayaran, diberikan semacam kartu atau voucher berjumlah 3 buah untuk dijadikan bahan potongan harga di pembelian berikutnya. Tentu ini adalah sebuah taktik jenius yang akan membuat Saya cenderung balik lagi (repeat order).

Yes. Keberadaan voucher akan memancing Anda untuk balik lagi dan lagi. Nah, ketika Anda memberikan vouchernya rombongan (tidak hanya satu buah), maka ini akan menimbulkan efek referral. Kenapa? Karena pembeli produk Anda akan menginformasikan dan memberikan voucher sisanya ke keluarga atau teman-teman terdekatnya. Tentu ini akan memperbanyak prospek baru, bukan?

Hal ini pula yang Saya ajarkan kepada salah satu klien Saya yang berbisnis di bidang salon muslimah. Saya meminta ia untuk memberikan kupon atau voucher rombongan kepada setiap pengunjung yang datang. Alhasil, gara-gara taktik tersebut, saudara dan teman-temannya pada datang ke salonnya dan mencoba menggunakan jasanya. Tentu ini sangat membantu meledakkan omzet bisnisnya.

Taktik 4: UPLOAD FOTO, DAPAT KUPON

Taktik ini Saya gunakan ketika Saya produk berupa makanan. Setiap kali pengunjung atau pembeli memfoto makanan plus dirinya lalu mengupload fotonya di akun sosial media dengan mention akun perusahaan, maka ia akan secara langsung mendapatkan kupon yang sewaktu-waktu bisa ditukarkan dengan produk gratis atau potongan harga tertentu.

Hal itu pula yang dilakukan oleh Bakso Boedjangan di Bandung. Tujuannya tentu mendatangkan prospek baru dengan kekuatan viral yang luar biasa.

Taktik 5: COBA GRATIS

Taktik ini pernah Saya lakukan ketika Saya berbisnis bimbel. Saya membuat program FREE TRIAL (coba gratis) dengan tujuan agar mereka merasakan terlebih dahulu pengalaman belajar di bimbel Saya. Tentu Saya akan menghadirkan tutor terbaik agar mereka mendapatkan pengalaman belajar yang luar biasa saat

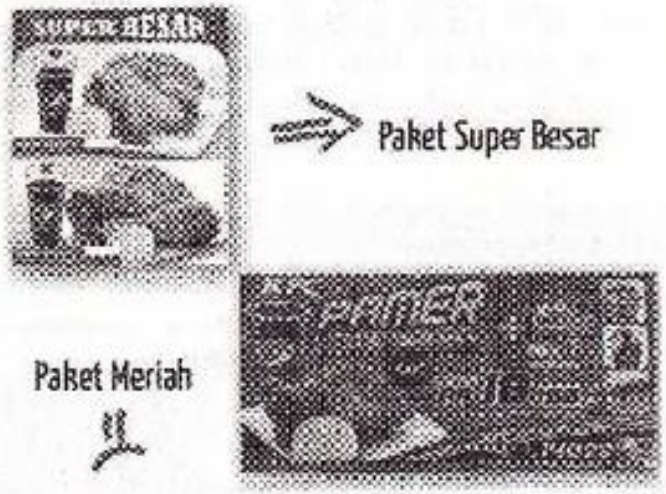
di kelas. hasilnya, banyak peserta yang akhirnya CLOSING dan mendaftar menjadi siswa Saya.

Hal ini pula yang dilakukan oleh sahabat Saya, Rex Marindo, saat menyukseskan penjualan nasi goreng mafianya. Ia membuat promo: "2000 Piring GRATIS, Bayar Pakai Doa". Hasilnya, banyak orang berbondong-bondong datang ke outlet yang baru saja dibuka ketika itu.

Yang harus Anda perhatikan saat menggunakan taktik ini adalah... Pastikan produk Anda benar-benar berkualitas, sehingga orang yang sudah mencoba bakal tertarik untuk beli dan repat order. Taktik ini juga cocok untuk menyasar orang yang memiliki sifat sungkan. Sudah dikasih GRATIS, malu dong kalau nggak beli. hehehe.. ^_^

Taktik 6: PAKET SUPER MURAH

Jika Anda sering berkungjung ke Mc Donald atau KFC, maka Anda pasti akan melihat menu-menu yang terpampang di dinding bagian atas. Pertanyaannya, Anda sering memesan menu tersebut, bukan? Pertanyaan berikutnya, apakah hanya itu menu yang dijual di tempat tersebut? Tidak, kan



Ya. Tujuan taktik ini digunakan adalah untuk MEMPERBESAR RATA-RATA PENJUALAN. Dengan adanya paket maka orang akan cenderung membandingkan harga dan value yang didapatkan. Parahnya, orang akan cenderung mengambil paket karena tidak mau ribet, walaupun jelas-jelas harga lebih mahal.

Taktik 7: BONUS GENDENG

Taktik ini yang Saya lakukan setiap kali menjual buku terbaru Saya seperti buku ke-7 dan ke-8. Orang hanya mengeluarkan uang 200 ribu-an saja, tapi mereka akan mendapatkan BONUS GENDENG senilai jutaan. Tujuannya adalah membuat orang merasa 'goblok' jika menolak untuk membeli produk tersebut.

Ini pula yang bisa Anda lakukan. Namun yang perlu diperhatikan, buatlah bonus yang sesuai dengan produk Anda, jangan asal-asalan. Pilihlah bonus yang nilainya besar, tapi minim ongkos produksi. Anda sudah mempelajari hal ini di bab sebelumnya.

Taktik 8: TINGGAL SEDIKIT LAGI!

Ini bisa Anda lakukan hanya ketika produk Anda stoknya benar-benar tinggal sedikit. Taktik ini pernah Saya lakukan di bisnis Kaos Saya. Sisa kaos di gudang ludes terjual hanya dengan 1 kali broadcast. Pertanyaan yang muncul, sedikit itu, tepatnya berapa? Kan nggak tahu... Iya, kan?

Nah disinilah kecerdikan Anda dalam melakukan promosi. Jika stok di gudang sudah di bawah 10 buah, maka sebutkan angkanya. Misal, "Tinggal 7 lagi", "Tinggal 5 lagi", atau "Tinggal 3 lagi". Tapi jiak stok Anda di gudang lebih dari 10, jangan sebutkan angkanya. Bilang saja, "Tinggal sedikit lagi". Ini akan menimbulkan efek ambigu bagi calon pembeli. Yang terpenting Anda tidak berbohong. Ingat, jangan berbohong!

Taktik 9: DAFTAR CHECKLIST

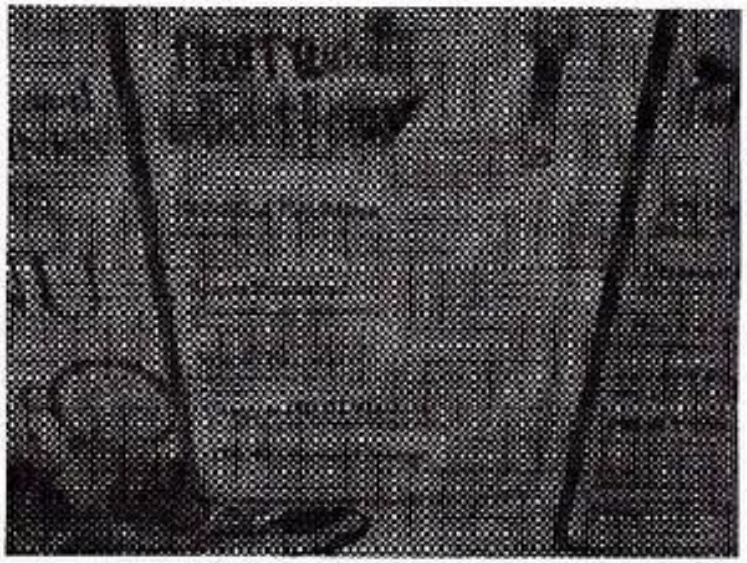
Ini pernah Saya alami ketika Saya menservice sepeda motor Saya yang sudah lama tak dipakai di Bandung. Ketika Saya awalnya hanya ingin cek oli saja dengan harga 50 ribu, tiba-tiba si mekanik memberikan daftar checklist yang harus diganti. Total: 1,25 juta. GILA!!

Setelah Saya minta mekaniknya untuk pilih onderdil yang paling penting unutk diganti terlebih dahulu, akhirnya total yang harus Saya keluarkan adalah Rp 625 ribu. Kata mekaniknya, "Ini semua penting, pak. Kalau tidak diganti bisa bahaya. Nanti bapak yang celaka kalau motornya rusak". Ini daftar yang harus diganti, pak...". Haduuuh... Yang awalnya hanya keluar paling 50 ribu, eh malah keluar Rp 625 ribu. Melayang, deh... Hihihi

Taktik ini dilakukan untuk memberitahu pembeli bahwa ada produk-produk lain yang dibutuhkan untuk mereka beli. Inilah tujuan dibuatnya daftar checklist, yaitu untuk meningkatkan rata-rata penjualan produk atau jasa Anda.

Taktik 10: DOUBLE BINDING

Ini Saya alami ketika Saya kehausan dan membeli minuman di sebuah mall di kota Bandung. Ketika Saya melihat menunya, SPG-nya langsung bilang, "Mau yang Enak atau yang Seger"? Spontan karena kaget, Saya jawab, "Yang seger mba...". Lalu ia menyarankan Saya untuk memilih Vit-Booster, dan Saya iya kan saja. Ternyata, eh ternata, harganya 28 ribu. WOW! Lumayan mahal untuk sekedar jus biasa yang harganya cuma 5 ribu-an. Huffh....



Inilah yang disebut dengan DOUBLE BINDING. Jika Anda pernah membaca buku Saya yang berjudul 30 HARI JAGO JUALAN, taktik ini disebut dengan teknik Pertanyaan Pilihan. Contoh: "Bapak jus nya mau yang enak atau yang segar?". Dalam pertanyaan tersebut, apapun jawabannya (entah enak atau segar), Anda tetap akan membeli jus. Paham, kan?

Taktik 11: HARAKIRI

Taktik ini yang dilakukan Jogger saat menjual produknya, yaitu kaos. Ia mengkampanyekan, "Jogger jelek, Bali bagus". Tentu ini dinamakan harakiri (bunuh diri).

Ini pula yang Saya lakukan dalam menjual 'diri' Saya sendiri saat seminar atau training. Saya hampir selalu menjelek-jelekan diri Saya sendiri. Tak jarang Saya mengumbar kesalahan-kesalahan yang sudah Saya lakukan. Tujuannya adalah agar orang lain percaya dengan kata-kata Saya dan penasaran sehingga mereka cari tahu sendiri. Bukan hanya itu, taktik harakiri ini pun biasanya akan menimbulkan perbicangan sehingga menciptakan viral di sekitar. Contoh: "DIJUAL PERUMAHAN DENGAN HARGA HANCUR!", "Jangan beli produk saya, JELEK!", dan lain-lain.

Taktik 12: JUAL RUGI

Intinya Anda membuat penawaran yang "seakan-akan" merugikan Anda dan membuat konsumen rugi jika tidak mebelinya sekarang juga. Pokoknya, kedua belah pihak akan merasa rugi.

- Si Penjual rugi karena nggak akan dijual lagi
- Si Pembeli rugi kalau nggak beli secepatnya

Misalnya: "Hanya dicetak sekali", "Hanya Diadakan 1x Seumur Hidup", "Tidak akan diproduksi lagi", "Tidak akan Dijual lagi", dan lain-lain.

Intinya, buat target market Anda benar-benar membeli produk Anda hari itu juga. Sekarang, atau tidak selama-lamanya. Tentu taktik ini harus Anda pikirkan baik-baik. Jika produk yang Anda jual tidak eksklusif, ya jangan gunakan taktik ini. Taktik ini hanya bisa Anda gunakan ketika Anda ingin meledakkan omzet penjualan seketika saja, dan berhenti sampai disana (karena nggak dijual lagi). Paham, kan?

Taktik 13: QUOTE TOKOH

Taktik ini mirip dengan testimoni, tapi bukan testimoni. Lho, maksudnya?

Ya, Anda mencaturmkan quote tokoh-tokoh terkenal dalam promosi produk yang Anda jual. Jika testimoni sudah mendapatkan persetujuan dari pihak si pembeli testimoni, maka taktik ini tidak perlu mendapatkan persetujuan. Anda mencantumkan quote mereka, karena mereka pernah berkata demikian. Bukan karena mengomentari produk Anda. Paham, kan?

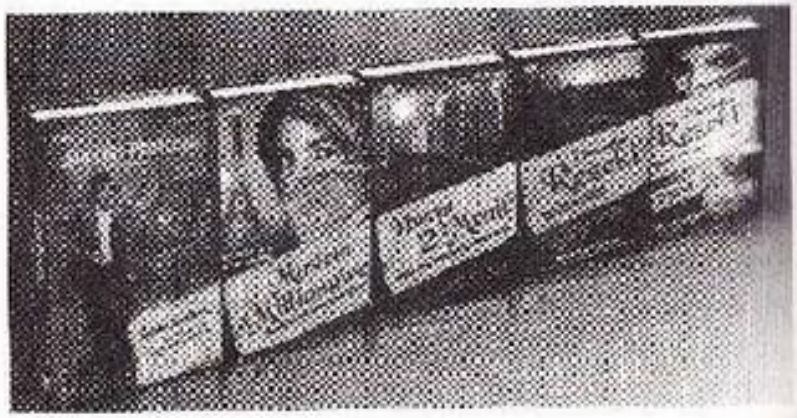
Contoh, ketika Anda menjual template desain yang ingin mengedukasi market tentang pentingnya imajinasi. Maka Anda cantumkan kalimat seperti "Imagination is More Important than Knowledge" (Albert Einstein). Dan seterusnya.

Taktik 14: PRODUK BERSERI

Taktik ini akan membuat orang untuk mengoleksi produk yang Anda jual. Contoh yang paling sering adalah komik. Anda cenderung mengoleksi komik A sampai Z. Kenapa? Karena Anda penasaran dan suka banget komik tersebut.

Ini pula yang bisa Anda gunakan saat mempromosikan produk Anda. Buatlah produk berseri. Seperti yang Mas Ippho Santosa lakukan ketika membuat bukunya tentang pentalogi rezeki.

Saat Anda menggunakan taktik ini, seringkali orang membeli produk Anda bukan lagi karena butuh, tapi karena ingin mengoleksi produk Anda saja. Paham, kan?



Taktik 15: KHUSUS HARI INI

Taktik ini yang dilakukan matahari dept store saat Anda ingin membayar belanjaan Anda. Bagian kasir akan menawarkan Anda sebuah voucher diskon yang berlaku khusus untuk hari itu saja. Tujuannya tentu untuk meningkatkan rata-rata penjualan saat Anda belanja. Cocok banget untuk menyasar market wanita yang senang dengar voucher dan diskon. ^_^

Taktik 16: HADIAH KEJUTAN

Intinya Anda memberikan hadiah kejutan kepada customer Anda. Efeknya adalah orang tersebut bakal puas dan beli lagi kepada Anda. Bahkan, ia akan dengan sukarela mempromosikan produk Anda ke orang lain. Apalagi kalau Anda memberika kejutan pada kaum hawa (wanita), efek viralnya bakal lelbih cepet. hehe... ^_^

Taktik 17: UPGRADE MEMBER

Orang senang jika mereka diperlakukan spesial. Nah, perlakukan market Anda secara spesial dengan menawarkan

kartu member. Beri keuntungan-keuntungan jika mereka memutuskan menjadi member Anda. Taktik ini akan membuat konsumen setia dengan produk Anda. Beli lagi, lagi, dan lagi.

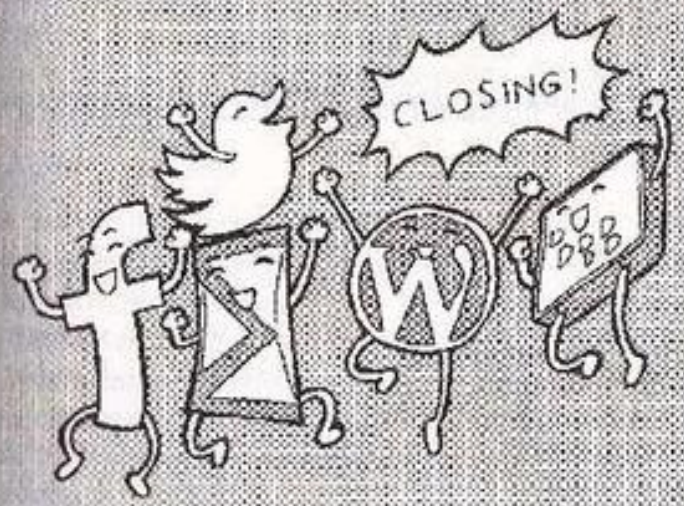
Pilih Taktiknya, Gunakan Seperlunya !

Taktik promosi tergantung jenis bisnisnya. Kalau makanan, nggak perlu pakai diskon, kasih Strong Visual (tampilan foto yang menggoda) dan mainkan Social Proof. Kalau bisnis fashion, mainkan endorsement, gambar yang mentereng, dan harga Harga Coret atau DISKON. Kalau kesehatan, tunjukkan testimoni, khasiat, waktu pecapaian.

Intinya, sesuaikan taktik promosi Anda dengan target market Anda. Jangan asal menggunakan taktik, pilihlah yang benar-benar akan berdampak pada peningkatan omzet bisnis Anda. Gunakan seperlunya.

BAB 7

ONLINE COPYWRITING



"Pilih Medianya, Temukan Polanya, Lihat Hasilnya"

Sekarang Saya ingin membantu Anda agar lebih lihai dalam membuat Copywriting di media online.

Coba Anda ingat kembali, sebenarnya Saya sudah membahasnya di bab sebelumnya. Namun Saya yakin Anda belum puas dan ingin mendapatkan penjelasan yang lebih jelas. Karenanya, Saya menghadirkan bab Online Copywriting ini kepada Anda. Silakan pelajari...

Prinsip Jualan Online

Masih ingat dengan salah satu prinsip jualan yang Saya kemukakan di bab pertama?

Ya, ini dia prinsipnya...

"Sharing-sharing dahulu, Selling-selling kemudian"

Maksudnya?

Sebelum Anda promosi dan jualan ke target market Anda, pastikan Anda telah terlebih dahulu memberikan edukasi kepada mereka dengan sesuatu yang bernilai. Entah itu tips-tips yang berhubungan dengan produk Anda, artikel-artikel yang digemari oleh target market Anda, informasi bermanfaat untuk mereka, dan sejenisnya. Alhasil, Anda harus menjadwalkan dan melakukan itu. Itulah yang disebut SHARING.

Tapi ingat juga, jangan terlalu banyak sharing sampai-sampai Anda lupa SELLING (baca: Jualan). Anda harus tetap melakukannya. Ingat: No Selling, Dying!

Lalu, berapa komposisi yang pas saat melakukan Sharing dan Selling?

Tidak ada patokan yang pasti. Bahkan bisa dikatakan tergantung jenis bisnisnya. Jika produk yang Anda jual harganya murah atau

releatif terjangkau, maka Anda bisa sharing dengan komposisi 50:50. Namun jika produk Anda harganya relatif mahal, maka Anda harus memastikan target market Anda teredukasi dengan benefit yang akan mereka dapatkan dari produk tersebut. Ini butuh edukasi berkali-kali. Repetisikan. Ulang-ulang. Karenanya, Anda bisa menggunakan komposisi 80:20 (80% Sharing, 20% Selling).

Anda harus ingat prinsip ini, kapanpun, dimanapun. Jangan pernah lakukan promosi dan jualan jika Anda belum pernah sama sekali mengedukasi target market Anda. Titik!

Online Copywriting

Pada bab ini, Saya tidak akan membahas semua media online. Kenapa? Karena Saya hanya menuliskan apa yang sudah Saya praktikkan saja dan terbukti berhasil. Artinya, jika media online tersebut belum pernah Saya gunakan atau tidak pernah menghasilkan, ya tidak akan Saya bahas. Nggak apa-apa, kan?

Inilah pembahasannya...

COPYWRITING DI EMAIL

Copywriting di email sangat berbeda dengan copywriting di broadcast. Saya mengetahuinya setelah Saya mempraktikkan dua-duanya. Setelah Saya ukur hasilnya, ternyata memang tidak bisa disamakan. Ada yang berbeda, dan memang harus berbeda.

Inilah anatomi Copywriting di Email yang bisa Anda gunakan...

HEADLINE

Anda mencantumkan headline pada Subject email Anda. Silakan gunakan berbagai jenis headline yang sudah Anda pelajari di bab sebelumnya. Pokoknya, pikirkan bagaimana caranya orang MAU BUKA email Anda, sehingga open ratenya tinggi.

"Khusus untuk Anda yang membeli produk-produk Billionaire Store hari ini, tgl. 24 April 2015, Saya kasih DISKON 50% (berlaku untuk semua buku Saya)"

Berikut adalah buku-buku yang bisa Anda beli:

1. 7 Kesalahan Fatal Pengusaha Pemula: 30rb
2. Tembus Omset 100 Juta Modal BlackBerry: 100rb
3. Dijamin Penghasilan 10 Juta Per Bulan: 182,5rb
4. 30 Hari Jago Jualan: 129,5rb
5. Dongkrak Omzet Milyaran dengan Tim Penjualan: 210rb

Harga-harga tersebut diatas sudah didiskon 50% dari harga normal.

Mungkin Anda penasaran dan bertanya-tanya, "Dalam rangka apa Saya kok kasih DISKON gila-gilaan begini?"

Hehe.. Sudahlah.. Jangan banyak tanya, Saya lagi baik hati saja. Intinya, tgl. 24 April itu hari Spesial buat Saya.

(tapi, Bukan gara2 Konferensi Asia Afrika ya...) ^_^

Bagaimana, apakah Anda tertarik untuk memborong buku-buku Saya?

Segera pesan ke tim Saya melalui SMS 085861776477/ invite pin:2BE8E8AF.

Ingat, penawaran gendeng seperti ini Tidak Akan Terulang kembali. Pikirkan baik-baik, ambil tindakan sekarang!

NB:

Penawaran Gendeng ini berlaku khusus untuk hari ini saja sampai jam 24.00 WIB.

Beli, atau Gigit Jari :D

Dewa Eka Prayoga

Founder www.BillionaireStore.co.id

Tebak, kira-kira bagaimana hasilnya?

Ya, dalam 1x posting, Saya mendapatkan Omzet 158 juta dalam sehari. Edan! Alhamdulilah...

Apakah Anda ingin menyontek Copywriting Saya? Ayo silakan. Halal, kok... ^_^

Inilah tips-tips dari Saya saat Anda mempromosikan produk/ jasa Anda di facebook:

- Gunakan Gambar atau Foto. Keberadaan gambar atau foto selain meningkatkan edgerank juga akan menjadi 'faktor lirik' orang untuk membaca status Anda.
- Perhatikan Timing Promosi. Lakukan posting status pada jam 6-7 pagi, 12-1 siang, atau 7 malam ke atas.
- Gunakan Story Copy atau You & Me Copy. Gunakan 2 teknik tersebut dalam membuat status facebook. Buat dalam bentuk cerita dan berbagi pengalaman.
- Harus Ada Interaksi. Setiap kata yang Anda gunakan dalam status facebook, pastikan memiliki unsur interaksi dengan pembaca.
- Bermutu atau Lucu. Orang-orang bermain facebook karena mereka mencari informasi atau hiburan. Jika Anda tidak bisa membuat status Anda berkualitas, maka pastikan status Anda menghibur mereka.
- Pastikan Ada Call to Action. Cantumkan kata-kata call to action agar mereka melakukan like, komen, dan, share status Anda.

INTRO

Tujuannya adalah membangun kedekatan (rapport) dengan pembaca. Anda bisa melakukannya dengan menyapa mereka, say "hi", mendoakan mereka, tanya kabar, dan lain-lain. Intinya, bangun authority (otoritaas) dan credibility (kredibilitas).

MASALAH & SOLUSI

Lagi-lagi, gunakan cerita dalam menunjukkan masalah yang sering dialami oleh pembaca. Tunjukkan bahwa Anda bisa membantu mereka dan memberikan solusinya. Buat mereka penasaran. Mainkan curiosity (rasa penasaran) pembaca.

DETAIL BENEFIT

Kenalkan produk Anda. Beritahu benefitnya secara detail. Jangan terlalu fokus pada fiturnya, fokuslah pada benefitnya. Karena itulah yang mereka inginkan.

ALASAN

Yakinkan mereka dengan alasan kenapa mereka harus membeli produk Anda. Kenapa mereka harus percaya kepada Anda. Kenapa mereka harus beli sekarang. Dan lain-lain.

TESTIMONI

Adanya testimoni akan memberikan keyakinan yang lebih besar bagi pembaca untuk membeli produk Anda.

HARGA CORET

Beritahu berapa harganya. Jika Anda memiliki harga promo, kejutkan mereka dengan harga coret.

CALL TO ACTION 1

Beritahu mereka bahwa mereka harus segera action menghubungi Anda sekarang juga. Gunakan call to action yang jelas disini.

NILAI KERUGIAN

Kasih tahu mereka apa kerugian yang akan mereka alami jika tidak memiliki produk Anda. Apa kerugian yang akan mereka dapatkan jika menundanya sampai besok. Dan lain-lain.

BONUS SPESIAL

Kejutkan mereka dengan BONUS Spesial yang akan akan berikan khususnya untuk mereka yang melakukan pembelian hari itu juga.

CALL TO ACTION 2

Paksa mereka untuk action dan menghubungi Anda segera. Secepat mungkin.

N.B

Jangan biarkan mereka menundanya sampai besok. Mainkan 3 elemen penting yang sudah Anda pelajari di bab sebelumnya: Social Proof, Scarcity, dan Urgency.

Bagaimana, apakah Anda memahaminya?

Berikut adalah contoh Copywriting di email yang Saya gunakan untuk mencari Reseller Billionaire Store...

Dewa, Ingin Berbisnis Langsung dengan Saya?

Apa kabar Dewa?

Satu tahun terakhir ini Saya benar-benar merasakan kebahagiaan yang LUAR BIASA. Kenapa? Karena salah satu bisnis yang Saya bangun mendapatkan respon yang sungguh dahsyat dari pasar dan tentunya mencetak omzet fantastis yang sebelumnya tidak pernah Saya pikirkan sama sekali. Alhamdulillah... itu semua terjadi berkat izin Allah Yang Maha Kuasa dan dukungan dari kawan-kawan di Indonesia, salah satunya adalah Dewa.

Bisnis tersebut adalah Toko Buku Online yaitu **Billionaire Store.**

Billionaire Store sengaja Saya buat untuk bisa menghadirkan buku-buku bisnis berkualitas yang sangat praktis dan mudah diaplikasikan oleh para pembacanya. Anda bisa melihat contoh buku-buku yang kami jual saat ini di http://billionairestore.co.id/buku.

Coba Anda perhatikan... Buku-buku bisnis yang dijual di Billionaire Store **agak tidak normal**. Kenapa? Karena buku-buku tersebut dijual dengan harga yang cukup mahal. Anehya, buku-bukunya selalu laris manis nggak karuan. Hehehe....

Banyak orang yang bertanya, "Kang, kenapa buku-buku di Billionaire Store mahal-mahal?"

Jujur, dari hati yang terdalam, **Saya benar-benar ingin membantu Anda dan bisa berbagi keuntungan dalam jumlah yang besar dengan Anda.** Bayangkan saja, banyak para reseller Billionaire Store saat ini merasakan manfaat dan keuntungan yang luar biasa setelah mereka memutuskan bergabung bersama kami.

Coba lihat apa kata mereka....

"Alhamdulillah gajian lagi. Kalau dihitung-hitung, 3 bulan ikut program ini, udah profit bersih 10 juta-an. Padahal saya lagi sibuk skripsi. Skill jualan juga terasah disini..." **(Yuvalianda)**

"Ajib jadi resellernya kang Dewa, bulan ke-2 udah tembus omset 5 juta padahal sama sekali baru jualan via online. Aneh bin ajaib..." **(Permana Meiga)**

"Dulu per hari cuma dapet 300rb, kadang nggak malahan. Eh sekarang 1-2 juta biasa banget per hari. Luar biasa bangeet.." **(Nova)**

"Gabung dengan tim resellernya kang Dewa dapet pengalaman yang Luar Biasa! Di awal gabung, Alhamdulillah sebulan bisa closing 6,4 juta. Selain itu saya juga dapet banyak ilmu sesama tim reseller. **(@ZonaBukuBagus)**

"Gak nyesel, gak rugi dateng dari Lampung untuk ikutan kelas resellernya kang Dewa. Disana ketemu coach yang ilmu closingnya mantap tapi tetep down to earth. Energi positifnya nyampe bangeeet. Tiba-tiba omset bulan depannya meningkat nggak karuan, dari 500rb jadi 8,5 juta. **(Desi Trisnawati)**

Bahkan, tak sedikit dari reseller kami yang saat ini sudah memiliki bisnis sendiri dan memiliki omzet Ratusan Juta Rupiah per bulannya berkat ilmu-ilmu dan bimbingan yang mereka dapatkan selama menjadi Reseller Billionaire.

Nah, melalui kesempatan ini, Saya mengajak Dewa untuk bekerja sama dan berbisnis dengan Saya sebagai RESELLER di Billioniare Store agar bisa seperti mereka.

Apa keuntungan yang akan Dewa dapatkan?

- **Keuntungan Besar**. Keuntungan yang Anda dapatkan dari setiap penjualan produk sangat tinggi dibandingkan produk-produk lainnya.
- **Eksklusif.** Buku-buku yang dijual tidak dijual di toko buku manapun. Hanya melalui toko online dan reseller, salah satunya adalah Anda.
- **Modal Kecil**. Anda cukup mengeluarkan biaya membership sebesar Rp 499.000 saja. Biaya tersebut hanya Anda keluarkan satu kali seumur hidup dengan fasilitas senilai Puluhan Juta Rupiah.
- **Support Marketing Kit.** Saya akan memberikan Anda kumpulan-kumpulan testimoni (tokoh,

pembaca, alumni), ebook praktis, gambar-gambar promo, dan hal-hal lainnya untuk memudahkan Anda dalam mempromosikan produk-produk tersebut.

- **Bimbingan Langsung**. Saya akan membimbing Anda langsung melalui BlackBerry khusus dan Grup Facebook Eksklusif.
- **Tanpa Risiko.** Karena Anda tidak perlu menyetok barang, maka risiko ada di tangan kami, bukan Anda
- **Produknya Praktis.** Bukan produk yang sifatnya teoritis, sangat mudah menjualnya.

Bagaimana, apakah Dewa tertarik untuk bekerja sama dan berbisnis langsung dengan Saya?

Jika iya, silakan klik disini. Atau jika Anda ingin mendapatkan respon yang lebih cepat, Anda bisa menghubungi tim Saya melalui 085722105777 (Yulia).

Sampai bertemu di BlackBerry khusus dan Grup Facebook ya, Dewa :)

NB:

Hampir Saya lupa, Dewa. Begini... Khusus Anda yang mendaftarkan diri sebagai Reseller hari ini, Anda akan mendapatkan TRAINING GRATIS "Laku Keras Gara-Gara Jualan Online" senilai Rp 500.000 pada tanggal 2015. Hanya untuk 30 peserta. So, cepet-cepetan ya!

Tebak, kira-kira bagaimana hasilnya?

Yes! Dalam 1 hari, ada 108 orang berbondong-bondong memutuskan untuk join reseller Saya. Padahal, masing-masing reseller harus membayar Rp 499.000, lho.... Anda bisa hitung sendiri berapa omzet Saya ketika itu. Alhamdulillah...

Apakah Anda ingin menyontek Copywriting Saya? Ayo silakan. Halal, kok... ^_^

COPYWRITING DI FACEBOOK

Copywriting di facebook sangat berbeda dengan copywriting di twitter. Saya baru menyadarinya ketika Saya puasa ngetweet dan beralih ke facebook untuk mempromosikan produk Saya. Alhasil, hasilnya nihil. Setiap kali buat status facebook, yang like, komen, dan share sangat sedikit. Yang beli? Duh, jangan ditanya. Kalau yang like, komen, dan sharenya sedikit, apalagi yang beli. Nggak ada. Padahal, Saya sudah capek-capek memikirkan status apa yang cocok diposting di facebook ketika itu. Tapi tetap saja, hasilnya mengecewakan. Disitu kadang Saya merasa sedih T_T

Bukan Dewa Eka Prayoga kalau putus asa. Akhirnya Saya terus melakukan tes dan ukur di setiap status facebook Saya. Saya sadar betul, orang akan melike, komen, dan status Saya karena 2 hal: LUCU atau MUTU. Pokoknya, gimana cara, "Ini gue banget...", atau "Ini sangat bermanfaat..", "Ini bener banget...". Jika mereka merasakan hal seperti itu, mereka tidak akan sungkan untuk memberikan like, komen, dan share pada status yang kita buat.

Inilah hasilnya...

Coba Anda perhatikan, status facebook (bagian kiri) dilike 275 orang dan dishare 46x, sedangkan status facebook (bagian kanan) dilike 470 orang dan dishare 62x. Wah, lumayan. Ternyata Saya mulai merasakan betapa bahagianya jika status yang sudah Saya buat capek-capek dilike, dikomen, dan dishare oleh banyak orang. Alhaamdulillah...

Namun Saya khawatir Saya hanya hoki Saya. Mungkin itu hari keberuntungan Saya saja, sehingga status facebook Saya banyak yang like, komen, dan share. Akhirnya Saya memutuskan mengulangi pola serupa. Saya kembali memposting status di facebook dengan pola yang sama. Inilah hasilnya...

AHA! Saya mulai menemukan polanya. Saya benar-benar sudah menemukan polanya. Pada status di atas, Saya mendapatkan like sebanyak 544 dan share sebanyak 89x. WOW! Banyak sekali, bukan?

Akhirnya Saya mulai menemukan pola bagaimana caranya status facebook Saya dilike, dikomen, dan dishare oleh banyak orang.

Apakah Anda menemukan pola tersebut?

Eiits... Tunggu dulu. Mungkin sebagian dari Anda bergumam, "Lho, itu kan bukan status jualan. Kalau jualannya gimana?".

Mungkin status ini akan menjawab keraguan Anda...

Ada apa tanggal 24 April ini?

Entah Saya yang benar-benar Gendeng atau Bego, tapi Saya ingin sekali melakukan promo gila-gilaan seperti ini untuk hari ini...

Terakhir, Anda harus benar-benar membedakan antara promosi di facebook dengan cara gratis (organik) dan berbayar (FB Ads). Tips-tips tersebut diatas berlaku untuk Anda yang menggunakan cara gratisan untuk jualan.

COPYWRITING DI TWITTER

Berbeda dengan facebook, copywriting di twitter dibatasi hanya 140 karakter saja. Karenanya, Anda harus menyiasatinya sebaik mungkin. Maksimalkan banner gambar atau link untuk memberikan pesan tambahan dalam tweet Anda. Walaupun yang Saya amati selama ini, pengguna twitter sangat malas sekali membuka link yang tercantum dalam tweet. berbeda dengaan pengguna facebook.

Dalam menyusun copywriting di twitter, Anda harus benar-benar merencanakannya dengan matang. Itu yang kerap kali Saya lakukan. Saya memikirkannya sebaiknya. Terutama saat Saya ingin jualan dengan menggunakan kultwitt.

Inilah contoh kultwit yang sahabat Saya lakukan, @Motivatweet, ketika mempromosikan salah satu program yang kami buat...

---

1. Bermula dari terganggunya pikiran Motty sama bbrp orang yg ngaku2 pakar (padahal dirinya sendiri yg kasih gelar itu) ^_^
2. Oknum2 ini belum punya bisnis yg terbukti berhasil, tapi sok2an kasih jurus2 utk memulai bisnis
3. Apa yg mengganggu pikiran Motty? Mereka pandu orang yg mau mulai bisnis dgn analisa pasar, kompetitor, produk, dan analisa ini itu ^_^
4. INI SESAT! | Lha wong baru mau mulai bisnis koq disuruh analisa ini itu... TEORI BANGET ^_^ Ini bikin orang jadi TAKUT mulai BISNIS nya
5. Pengalaman nol, disuruh analisa ini itu... Nah, ketauan oknum ini ga paham cara memulai bisnis | Orang buta, membimbing orang buta ^_^
6. Mau tau cara mulai langkah bisnis? Simple aja: JADI RESELLER produk orang lain | Modal kecil (malah tanpa modal) bisa datengin uang ^_^
7. YES! Pertajam dulu insting jualannya... Sambil belajar produk dan selera pasar... Semua dimulai dari: JADI RESELLER dulu ^_^
8. Alhamdulillah ALLAH izinkan Motty konsepkan program ini ^_^> pic.twitter com/-WCjPNWcXy #ResellerGENDENG

9. pic.twitter.com/0WCjPNWcXy #ResellerGENDENG ini buat siapa aja? Buat karyawan yang mau resign, atau yang udah resign | juga buat ...

10. pic.twitter.com/0WCjPNWcXy #ResellerGENDENG ini juga buat Sobat-Motty yg jadi reseller utk produk orang lain, buat pertajam jurus jualannya
11. pic.twitter.com/0WCjPNWcXy #ResellerGENDENG ini juga cucok buat pebisnis yg mau bangun sistem reseller/ distributor utk memasarkan produknya
12. pic.twitter.com/0WCjPNWcXy #ResellerGENDENG ini juga klop buat yang udah ENEG macet2an di jalan, mau bisnis dari kasur aja ^—^
13. pic.twitter.com/0WCjPNWcXy alhasil, #ResellerGENDENG ini juga cucok buat para hot Mommy yg mau dapet duit sambil ngurus anak di rumah! ^—^
14. pic.twitter.com/0WCjPNWcXy sayangnya program ini harus Motty batasi pesertanya, supaya proses mentoringnya efektif, jadi cepet2an ya ^—^
15. pic.twitter.com/0WCjPNWcXy Pantau besok 8 Desember jam 8 pagi pas launching #ResellerGENDENG | Siapin HP utk SMS supaya dapet posisi ^—^
16. pic.twitter.com/0WCjPNWcXy Oh iya ^—^ ada diskon GENDENG juga buat yg #EKSYEN tanpa TAPI dan NANTI! Yg keabisan kursi PASTI GIGIT JARI ^—^

Tebak, kira-kira bagaimana hasilnya?

Ya, Alhamdulillah. Berkat kultwit tersebut. kami mendapatkan pendapatan sebanyak Rp 166,7 juta hanya dalam 5 hari saja.

Apakah Anda ingin menyontek Copywriting Saya? Ayo silakan. Halal, kok... ^_^

Inilah tips-tips dari Saya saat Anda mempromosikan produk/ jasa Anda di twitter:

- Buat Schedule Edukasi dan Promosi. Anda harus mengedukasi followers Anda terlebih dahulu, baru Anda promosi. Jangan terlalu sering melakukan promosi sebelum Anda berbagi dengan mereka.
- Perhatikan Timing Promosi. Ngetweetlah pada jam-jam yang followers Anda aktif menyimak tweet Anda. Caranya? Coba gunakan tweriod.com untuk mengetahui waktu terbaik Anda.
- Lakukan Kultwit dengan pola Why-How What. Maksudnya?
  - **WHY**

    Lakukan kultwit dengan menjelaskan kenapa kultwit tersebut penting untuk mereka simak. Munculkan fakta-fakta dan data yang menghentak. Baca pikiran pembaca, apa yang paling diinginkan pembaca, lalu sampaikan di awal sebelum kultwit. Intinya, buat mereka berkata pada dirinya bahwa apa yang Anda katakan tersebut benar-benar mereka alami dan rasakan.
  - **HOW**

    Mereka mereka tips-tips atau informasi-informasi yang sekiranya bisa bermanfaat untuk mereka. Tapi, jangan diberikan semuanya. Simpan sebagian, buat mereka penasaran.
  - **WHAT**

    Tunjukkan kepada mereka bahwa Anda akan memberikan solusinya pada bentuk produk yang Anda jual.
- Gunakan Curiosity Copy atau You & Me Copy. Teknik ini bisa Anda gunakan selama Anda membuat kultwit.
- Gunakan Banner atau Gambar. Karena tweet terbatas hanya 140 karakter, sehingga Anda bisa memaksimalkan banner atau gambar untuk mengkomunikasikan pesan Anda dengan lebih jelas.
- Bangun Interaksi dengan Followers. Mention akun orang lain, sering meretweet akun-akun terkenal, meminta folllowers untuk berfoto dengan pose yang aneh-aneh,

membuat teka teki, mendoakan, menyapa, melakukan kontes, Livetweet, dan lain-lain

COPYWRITING DI LANDING PAGE

Saat Saya mencari agen untuk memasarkan buku Saya, di hari pembukaan pertama Saya hanya mendapatkan 7 orang saja. Huffh... menyedihkan. Padahal target Saya adalah 100 orang.

Saya langsung menggunakan beberapa media promosi untuk memastikan banyak orang yang daftar menjadi agen buku Saya. Salah satu media yang Saya gunakan ketika itu adalah Landing Page.

Inilah Copywriting yang Saya gunakan di Landing Page saat mencari agen buku Saya yang ke-8: EASY COPYWRITING (yang sedang Anda baca sekarang) ^_^

Halo, Saya Dewa Eka Prayoga.

Salah satu impian terbesar dalam hidup Saya adalah bisa berbagi dan menginspirasi kawan-kawan pengusaha di Indonesia agar bisnisnya semakin tumbuh dan berkembang.

Saya tahu, mimpi Saya tersebut hanya akan menjadi MIMPI belaka jika tidak disertai dengan ACTION yang nyata. Karenanya, hari ini Saya ingin berbagi keuntungan dengan Anda dan ingin mengajak Anda untuk berpartner dengan Saya. Mau?

Jika Anda tertarik, silakan lanjutkan membaca...

Begini... Seperti yang Anda ketahui, saat ini Saya sedang menyelesaikan Buku yang sangat Fenomenal. Pokoknya hebat banget kalau sudah Launching. Tetapi saat ini Saya hanya ingin memberitahu Anda bahwa semuanya sedang dipersiapkan.

Namun, Saya ada sedikit kabar buruk. Apa?

Buku terbaru Saya tesebut TIDAK DIJUAL di toko buku manapun, bahkan reseller Billionaire Store sekalipun.

Maksudnya?

Ya, selama 3 bulan setelah launching, buku tersebut hanya dijual secara terpusat di www.BillionaireStore.co.id dan Agen-agen Eksklusifnya. 1000 orang Reseller Billionaire pun tidak bisa ikut menjualkan bukunya, kecuali mereka yang benar-benar tertarik dan komitmen untuk bergabung dalam Agen Eksklusif buku tersebut

Oleh karenanya, Saya ingin memberitahu Anda, bahwa Saya sedang mencari 100 Agen Eksklusif untuk disiapkan menjadi tim pemasar buku tersebut dengan Keuntungan yang Sangat Menggiurkan. Apakah Anda termasuk salah satunya?

DICARI!!

100 orang Agen Eksklusif yang Ingin menjadi Partner Saya dan mendapatkan Keuntungan 11 juta lebih dalam 1 bulan.

Saya hanya mencari 100 orang saja yang benar-benar serius.

Jika Anda benar-benar termasuk dari salah satu orang yg serius tersebut, baca penawaran ini sampai selesai

"Pssstt....!! Sebagai bocoran, buku terbaru Saya nanti judulnya adalah EASY COPYWRITING ^_^ Contek Abis, Sampai Laris!"

Jika saat ini Anda memutuskan untuk jadi Agen Eksklusif buku tesebut, Anda berpotensi mendapatkan KEUNTUNGAN 11 JUTA lebih. Dijamin!

Sekali lagi, hanya untuk 100 orang saja. Siapa cepat, dia dapat!

Apa Keuntungan yang Anda dapatkan jika Anda bergabung menjadi Agen Eksklusif buku tersebut?

1. Modal Terjangkau, Untung Memukau.

- Modal hanya 4 juta

- Dapat 100 eks buku

- Harga agen Rp 40.000. Harga jual buku Rp 79.000.

PENTING!

Pada tgl. 1 Juni 2015, harga buku ke end user akan kami naikkan 2x lipat menjadi Rp 158.000. Artinya, jika Anda menjual ke end user mulai tgl. 1 Juni 2015, keuntungan yang Anda dapatkan per bukunya adalah Rp 118.000.

Total Keuntungan yang Anda dapatkan adalah Rp 118.000 x 100 buku = Rp 11.800.000. Edan? ^_^

2. Support Marketing Tools. Artinya, Anda tidak usah pusing memikirkan Strategi Marketingnya, karena sudah Saya buatkan. Anda tinggal praktikkan.

3. GRATIS 1x training "Bagaimana Menjual Buku Laris Manis Tanjung Kimpul dalam 1 bulan bahkan kurang senilai Rp 1.000.000 pada tanggal 24 Mei 2015 di Jakarta

Bagaimana, apakah Anda tertarik untuk menjadi Agen Eksklusif buku tersebut?

SMS 085723721078 sekarang!

Saya tahu, Anda cukup cerdas untuk segera merespon penawaran ini dengan cepat. Anda akan segera menghubungi tim Saya dan bergabung menjadi Agen Eksklusif buku tersebut. Bayangkan saja, hanya bermodal 4 juta, Keuntungan bisa mencapat 11 juta.

Tentu ini peluang yang Luar Biasa, bukan?

Karenanya, Saya pun ingin memberikan Anda BONUS Spesial khusus untuk Anda yang bergabung menjadi Agen Eksklusif Saya dan transfer hari ini.

BONUS SPESIAL!

Jika Anda memutuskan untuk daftar dan transfer hari ini, Anda akan dapat BONUS SPESIAL berupa:

1. Berhak menjadi Autorized Reseller tiket Seminar Akbar Billionaire dengan tema "Creative Business" pada tgl. 22 Agustus 2015 dengan 4 Pembicara yang Luar Biasa:

- Wempy Dyocta Koto (CEO Wardobe & Oxford)

- William Tanuwijaya (CEO Tokopedia)

- Achmad Zaky (CEO Bukalapak)

- Dewa Eka Prayoga (CEO Billionaire Store)

Bayangkan, saat menjadi Autorized Reseller Seminar ini nanti, Anda akan mendapatkan keuntungan berlipat-lipat dari hasil penjualan tiket. Perhatikan 4 pembicaranya.. Menjual Seminar dengan 4 pembicara TOP CEO bukanlah sesuatu yang sulit. Ini sangat mudah. Lihat dan Buktikan sendiri nanti!

2. GRATIS 1 tiket Seminar Creative Business senilai Rp 300.000. Artinya, Anda akan langsung mendapatkan 1 seat GRATIS event akbar tersebut.

3. Video Seminar Jago Jualan senilai Rp 300.000 yang belum Saya jual dimanapun.

4. Kaos Milyarder Ekslusif dengan tema khusus. Hanya dicetak 1x senilai 120Rb

Ingat: Saya hanya mencari 100 orang saja. Informasi ini Saya infokan ke seluruh database Saya.

So, Siapa Cepat, Dia Dapat!

SMS 085722105777 sekarang!

NB:

Saat ini sudah ada 50 orang lebih yang tertarik untuk mengambil kesempatan emas lagi. Quota tinggal beberapa lagi.

Saya baru saja menginfokan kesempatan emas ini ke lebih dari 30.000 database Saya. Sedangkan seperti yang Anda tahu, Saya hanya mencari 100 orang saja.

Jangan sampai quota Anda diambil oleh mereka. Ambil kesempatannya sekarang, atau Menyesal selama-lamanya.

SMS 085723721078 sekarang!

Tebak, kira-kira bagaimana hasilnya?

Ya, gara-gara bantuan Landing Page tersebut, Saya berhasil menjual 9673 eksemplar buku hanya dalam 7 hari. Alhamdulilah...

Saat membuat Copywriting di Landing Page, Anda bisa menggunakan anatomi seperti yang ada pada Email. Hanya saja, dalam Landing Page, Anda bisa menambahkan hal-hal berikut ini dalam copywriting tersebut, diantaranya:

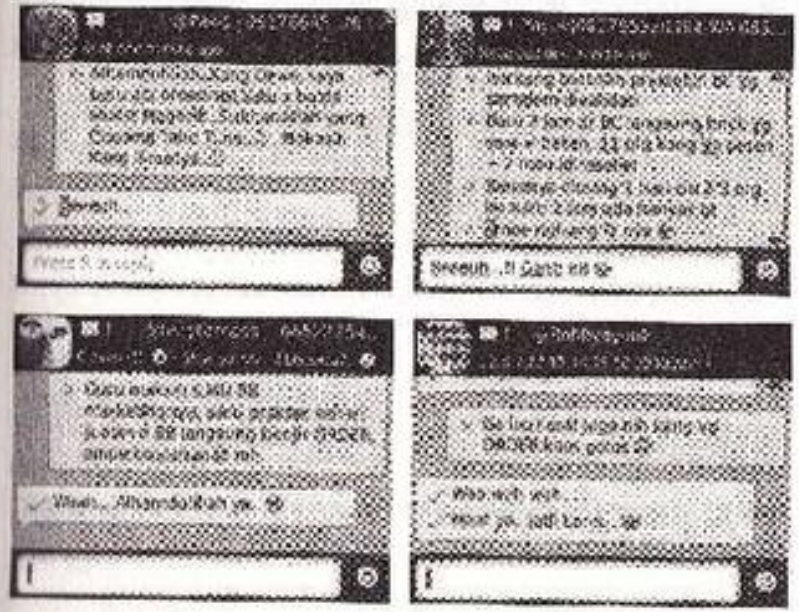
- Gambar atau Foto
- Video
- Simbol
- Kombinasi Cetak Tebal dan Garis Miring
- Kombinasi Huruf Besar dan Kecil
- Warna
- Bullet Point

Kenapa Anda harus menambahakan elemen-elemen tersebut di atas?

Karena dalam landing page, selain atanomi copywriting, Anda pun harus memastikan tampilan visual Anda benar-benar bagus dan menarik. Biarkan visual tersebut yang berbicara.

COPYWRITING DI BROADCAST

Kalau copywriting di broadcast, jangan tanya lagi. Bahkan, Saya membahasnya secara khusus di buku ke-3 yang berjudul TEMBUS OMSET 100 JUTA MODAL BLACKBERRY. Anda bisa melihat dan mempelajarinya disana. Inilah beberapa testimoni dari mereka yang sudah memnbutkikannya.



Banyak sekali testimoni-testimoni dari pembaca buku yang masuk ke handphone Saya gara-gara mempraktikkan Copywriting di Broadcast.

Untuk memudahkan dalam mempelajari Copywriting di Broadcast, coba Anda baca salah satu Broadcast Saya berikut ini...

Oh ya, tadi saya udah transfer ya... (1)

Saya yakin, 90% orang yg Saya Broadcast akan membuka Broadcast Ini (2)

Kenapa?
Karena Headlinenya begitu :D

Ngomong2 soal Broadcast, ada 7 Anatomi Penting yang harus Anda perhatikan sebelum Anda membuat materi Broadcast: (3)

(4)
#1
Headline

Headline adalah yg berada paling atas (1). Tugas Anda, gimana caranya org yg terima broadcast Anda MAU BUKA.

Contoh:
"Ahh... Tadi malam saya memimpikan kamu. Mimpinya LUAR BIASA!"

Padahal Ujung2nya nyari Reseller. Hehehe :p

#2
Opening

Opening berisi kata2 awal yg akan membuka broadcast Anda (2). Jangan to the point!

Contoh:
"Saya yakin Anda tahu bahwa setiap Wanita menginginkan wajah yang terlihat Lebih Cantik..."

Padahal ujung2nya jualan Kosmetik. hehe :D

#3
Penghubung

Penghubung ini berisi kalimat yg akan menghubungkan basa basi awal Anda dg inti dari broadcast tsb (3).

Misal:
Anda bisa pake kata:
- Ngomong2
- Oh ya
- By the way

#4
Body Text

Ini adalah inti dari broadcast Anda (4). Bisa berupa penawaran produk, informasi, edukasi, kabar burung, GJ, dll.

#5

Call to Action

Ini berisi kata2 yg akan membuat pembaca Action utk segera merespon Anda (5).

Contoh:

"Segera ambil kesempatan ini, atau tidak sama sekali (Diskon 50% hanya berlaku utk hari ini)"

#6

N.B

N.B berisi sebuah penekanan dan atau double call to action.

Contoh:

"Kami tidak mengatakan kami yang terbaik, merekalah yang mengatakannya"

#7

Footline

Footline berada di paling bawah Broadcast (7). Footline ini harus membuat si pembaca MAU SCROOL KE ATAS utk baca.

Contoh:

"Cara Cepat Menghilangkan Jerawat dalam sekejap. Mau tahu?"

Bagaimana, apakah Anda merasakan manfaat dari Broadcast Edukasi ini?

NB: (6)

Saya yakin Anda akan baca Broadcast ini berulang2. Karena pengen ngecek contohnya. Bener? (^_^)v

(7)

"7 Anatomi PENTING dalam Broadcast"

Apa yang aneh dalam Broadcast Saya tersebut?

Ya, betul! Selain karena Headlinenya yang menjebak, juga karena susunannya yang cukup membuat pembaca berpikir. Saya menggunakan kode angka seperti (1), (2), (3), dan seterusnya untuk menunjukkan bahwa angka tersebut anatomi yang Saya maksud. Paham maksudnya?

Nah... Dari Broadcast tersebut di atas, dapat ditarik simpulan bahwa ada 7 Anatomi PENTING dalam Broadcast. Berikut adalah penjelasan lebih detilnya...

Inilah anatomi dalam Broadcast yang bisa Anda gunakan...

1. **HEADLINE**

   Tujuan: "MAU BUKA BROADCAST ANDA"

   Survey komunikasi visual membuktikan, kemampuan mata dan otak untuk membaca setiap broadcast hanyalah 1,4 detik. Inilah fungsi dari headline.

2. **OPENING**

   Tujuan: "MENARIK KETERLIBATAN PEMBACA"

   Berikut contoh-contoh opening dalam Broadcast:

   - Lupakan semua yang pernah Anda dengar tentang...
   - Inilah peluang terakhir Anda untuk.....
   - Dapatkah Anda bayangkan.....
   - Bayangkan diri Anda lima tahun dari sekarang....
   - Coba pikirkan....

- Coba bayangkan....
- Bayangkan apa jadinya seandainya....
- Bayangkan apa yang terjadi jika Anda bisa.....
- Lihat diri Anda...

3. **PENGHUBUNG**

Tujuan: "MAU BACA TERUS"

Berikut contoh-contoh penghubung dalam Broadcast:

- Oh ya...
- Eh ya...
- Ngomong-ngomong soal....
- By the way...
- Sekarang Saya ingin membantu Anda.....
- Sedikit demi sedikit Anda mulai....

4. **BODY TEXT**

Tujuan: "MENARIK MINAT PEMBACA"

Body text berisi inti dari broadcast Anda sesungguhnya. Kalau untuk promosi, biasanya berupa sebuah penawaran. Sebagai gambaran, berikut adalah tipe-tipe penawaran yang sering Saya gunakan:

- GRATIS
- DISKON
- BONUS
- Hadiah
- Garansi
- Jaminan
- Voucher
- Paket
- Limited Offer

5. **CALL TO ACTION**

Tujuan: "MENGHUBUNGI ANDA SEGERA"

Berikut adalah contoh-contoh Call to Action:

- Action sekarang juga!
- Lakukan hari ini
- Jangan sampai kelewatan!
- Berminat?
- Sekarang adalah saat yang terbaik!
- Apa lagi yang Anda tunggu? Telepon sekarang juga!
- Bergabunglah dengan seribu konsumen yang puas lainnya hari ini juga
- Untuk informasi lebih lanjut, hubungi....
- Buktikan sendiri!
- Jadi, tunggu apa lagi?

6. N.B

Tujuan: "MEMBERIKAN PENEKANAN"

- Kami tidak mengatakan kami yang terbaik, merekalah yang mengatakannya...
- Jadikan ini sebagai titik balik dalam hiudup Anda!
- Hanya ada satu kesimpulan. BELI SEKARANG!
- Siapa Cepat, Dia Dapat
- Ini adalah keputusan yang menguntungkan untuk diambil!

Selain contoh-contoh diatas, Anda juga bisa menggunakan kalimat Call to Action untuk dimuat dalam N.B ini. Tujuannya tiada lain untuk Double Call to Action. Sehingga pembaca sesegera mungkin menghubungi Anda tanpa ada penundaan.

7. **FOOTLINE**

Tujuan: "MAU SCROLL KE ATAS"

Isi footline bisa disamakan dengan Headline Anda.

Terakhir, jika Anda ingin lebih mendalami bagaimana copywriting yang baik dalam sebuah broadcast, silakan baca buku ke-3 Saya yang berjudul **TEMBUS OMSET 100 JUTA MODAL BLACKBERRY.**

Temukan Polanya, Lihat Hasilnya

Setelah Anda mengetahui anatomi di setiap media online, kini Anda harus memastikan bahwa diri Anda benar-benar membuktikannya sendiri. Coba Anda baca ulang, tulis kembali, dan cari hal-hal penting yang mesti Anda garis bawahi. Ingat hal itu, lalu praktikkan. Jangan lupa untuk terus mengukur hasil dari setiap copywriting yang Anda Buat. Lihat hasilnya.

BAB 8

COPYWRITING IS BULLSHIT!

"Ada yang lebih penting dari Copywriting..."

Saya ucapkan SELAMAT kepada Anda karena Anda telah masuk pada bab akhir buku ini. Sungguh, Saya benar-benar berterimakasih kepada Anda karena telah meluangkan waktu banyak untuk sama-sama belajar dengan Saya... ^_^

Copywriting is Bullshit!

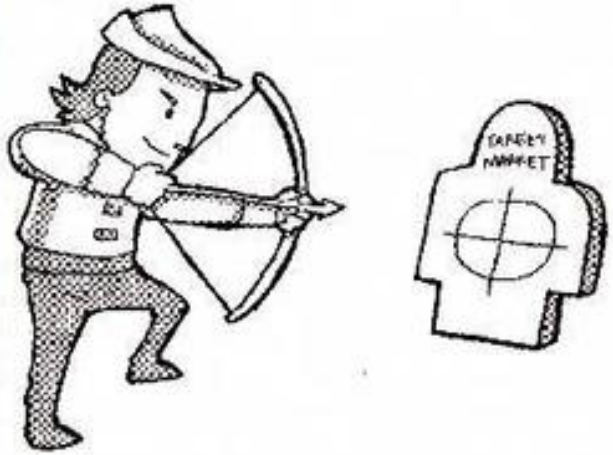
Saat Anda membaca judul pada bab terakhir ini, mungkin Anda terkaget-kaget dan bertanya-tanya, "Lho, kok Bullshit?"

"Copywriting tak akan ada artinya jika Anda menganggap itu adalah segalanya..."

Ya, Saya menulis judul dalam kondisi sadar dan tak hilang ingatan. Copywriting memang omong kosong doang! Kenapa? Karena jika Anda hanya menganggap bahwa ini adalah yang terpenting, maka hasilnya akan nihil. Ternyata... Ada yang lebih penting dari sekedar Copywriting.

Mungkin bisa jadi Anda sudah praktik gila-gilaan. Copywritingnya sudah keren abis, bahkan nyontek dari orang yang sudah terbukti berhasil, tapi kok masih gagal? Mungkin inilah jawabannya. Mari kita bahas...

Target Market is Very Vital



Seberapa sering Anda sudah capek-capek menulis naskah iklan atau promosi tapi tidak mendapatkan respon yang positif dari target market Anda?

Jika Anda sering mengalaminya, bisa jadi bukan Copywriting Anda yang salah, melainkan Target Market Anda yang salah. Anda kurang mampu membidik market yang tepat. Karenanya, sebelum Anda memoles copywriting Anda, pastikan Anda memiliki market yang ramai.

"Target Market 10x Lebih Penting daripada Copywritingnya"

Sebelum membuat copywriting yang ciamik, coba Anda kenali terlebih dahulu target market Anda dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini:

- ☑ Apa yang saat ini benar-benar mereka butuhkan? Apa yang mereka cari? Apa masalah mereka yang bisa diselesaikan dengan hadirnya produk Anda?
- ☑ Apa ciri-ciri spesifik mereka? (Jenis Kelamin, Usia, Pekerjaan, Penghasilan, dan lain-lain)

- Dimana Anda bisa menemukan mereka? Media Online apa yang biasa mereka gunakan (Facebook, Twitter, Instagram, Web)?
- Bagaimana pola pembelian target market Anda? (Beli via SMS, BB, WA, atau Klik Web)
- Siapa orang yang benar-benar membutuhkan produk Anda?

Sekali lagi, sebelum Anda membuat copywriting, maka kenali terlebih dahulu target market Anda. Percuma saja penawarannya mentereng, headlinenya bombastis, dan copywritingnya seksi, tapi targat marketnya salah... Kenapa? Karena Anda menjual pada orang yang salah. Analoginya: Orang lagi lapar, eh Anda malah kasih minum. Orang lagi Haus, eh malah Anda kasih makan. Haduuh... Kalau begitu, kan benar-benar nggak nyambung? -_-

Misalnya, saat menjual buku, Saya tidak asal-asalan dalam membuat penawaran. Terlebih dahulu Saya menganalisa target market yang tepat. Beda market, Beda penawarannya.

Biar makin mantep saat buat copywriting, jawab juga pertanyaan berikut ini:

- Bagaimana cara Anda mempromosikan produk Anda ke mereka?
- Apa yang akan Anda lakukan untuk meyakinkan mereka membeli produk Anda, bukan kompetitor Anda?
- Apa yang akan Anda lakukan agar mereka percaya dan bertransaksi dengan Anda?
- Apa keberatan terbesar mereka dalam merespon penawaran Anda?
- Bagaimana cara Anda mengatasi penundaan, penolakan, dan keberatan mereka?

Bagi Saya, copywriting bukan sekedar tulisan biasa yang hanya membuat orang terkesima. Ada strategi marketing hebat

dibaliknya. Copywriting yang bagus adalah yang menghasilkan. Setuju, kan? hehe

"Salah Target, Omset Melesat. Target Tepat, Omset Melesat. Sepakat?"

Setelah menganalisa market, selanjutnya Saya juga melakukan tes pasar terlebih dahulu terhadap produk yang akan Saya buat. Hal ini dilakukan untuk melihat antusiasme market pada produk yang ingin dijual. Jangan sampai kita membuat produk yang tidak diinginkan oleh market. Saya pun pernah mengalaminya. Target market sudah tepat, eh lupa tes market waktu buat produk baru. Hasilnya, ratusan produk numpuk bingung jualnya bagaimana. Hiks..hiks.. Untung cepat-cepat memikirkan strategi baru.

Nah, pernahkah Anda mengalaminya?

Sabar ya... Terus tes dan ukur. Kenali benar-benar market Anda. Bagaimana caranya?

Ada 2 cara yang biasa Saya lakukan untuk meledakkan penjualan produk Saya, yaitu:

1. Survei
2. Pre-Order

Saat menjual buku Copywriting misalnya. Saya tidak asal-asalan dalam membuat strategi. Saya memilki target memecahkan rekor penjualan buku-buku Saya sebelumnya. Jika sebelumnya 10.000 eksemplar dicapai dalam waktu 1 tahun, kini Saya ingin mencapainya hanya dalam waktu 1 bulan. Apa yang Saya lakukan?

Saya melakukan Survei terlebih dahulu menggunakan Facebook....

Alhasil, ratusan bahkan ribuan komentar muncul di status Saya. Mulai dari masukan tentang harga, spesifikasi buku, serta isi buku yang diharapkan. Saat itu Saya melakukan survei tentang harga buku. Pilihannya: 79 ribu, 99 ribu, 129 ribu. Tebak, kira-kira mana jawaban paling banyak?

Ya. Anda salah. ^_^ Ternyata kebanyakan orang memilih 129 ribu, bahkan diatasnya. Mungkin karena sudah tahu harga dan kualitas buku-buku Saya sebelumny a.hehehe... ^_^ *KibasRabut*

"Tes dan Ukur saat melakukan Penjualan itu Sangat Penting!"

Bukan Dewa Eka Prayoga kalau tidak membuat kejutan. Akhirnya Saya memilih harga 79 ribu untuk harga jualnya (melebihi harapan calon pembeli). Tentu, dengan kualitas seperti harga 200 ribu ke atas. Hasilnya? Alhamdulillah... 8285 eksemplar buku LUDES di hari pertama penjualan dibuka.

"Jual lah Produk yang Orang Ingin Beli, bukan yang "MENURUT" Anda Orang Ingin Beli"

Tidak cukup dengan analisa target market dan tes pasar, untuk memastikan produk Saya laris, Saya benar-benar menggunakan prinsip: "Sell It before You Bulid It". Inilah salah salah satu prinsip kelas dunia yang diajarkan oleh guru bisnis Saya. Orang menyebutnya dengan istilah: Pre-order.

Ilmu ini sudah tidak asing di dunia properti, dimana para developer membuat gambar desainnya terlebih dahulu lalu dijual. Setelah pembeli memberi uang muka, baru rumahnya dibuat. Hal ini pula yang Saya lakukan saat menjual produk pada bisnis-bisnis Saya. Hasilnya: Produk Laris Sebelum Dilaunching.

Selain di bisnis penerbitan buku, prinsip ini juga Saya gunakan saat membuka bisnis clothing, yaitu @KaosMilyarder. Cukup sekali posting, lebih dari 100 kaos terjual hanya dalam 3 hari. Bahkan, sampai tembus ke Hongkong,

Bahkan, Anda bisa cek sendiri, saat ini perusaahan kelas dunia seperti Samsung pun membuka Pre-Order untuk menjual produk Gadget terbarunya. Lebih gilanya lagi, Saat Saya naik pesawat Air Asia beberapa waktu lalu, makan di pesawat pun bisa dipesan dengan cara pre-order. Keren, kan?

Tinggal tantangannya adalah bagaimana membuat market mau beli produk Anda saat pre-order bukan saat ready stok?

Inilah yang biasa dilakukan oleh banyak penjual, termasuk Saya:

- Bikin Harga Lebih Murah
- Kasih Bonus Lebih Banyak

- Beri Service Lebih Baik, dan
- Hanya Dijual saat Pre-Order

Bagaimana, apakah Anda sudah terbayang untuk membuat penawaran untuk melariskan produk Anda? Bahkan LARIS sebelum launching... Ayo pikirkan, renungkan, rencanakan, jalankan. Terakhir: LARISKAN. Siap?

Penawaran yang Tepat

Saat Saya berjualan, entah langsung maupun tidak langsung (offline maupun online), Saya selalu mempersiapkan segala sesuatunya secara matang. Salah satu hal terpenting yang tak boleh terlewatkan adalah menyusun Strategi Promosi yang Tepat Sasaran.

Saya benar-benar mengunakan bahasa promosi sesuai karakter target market yang sedang Saya prospek. Dalam hal ini, Saya biasanya memetakan berdasarkan karakter DISC. Tentu, Anda yang sudah baca Buku 30 HARI JAGO JUALAN pasti tahu hal ini. Belum punya bukunya? Segera pesan ke BillionaireStore.co.id, hehehe... ^_^ Anda juga bisa ikut tes karakter Anda sesuai DISC di Bit.ly/tesjagojualan

"Gunakan Bahasa Target Market Anda saat Jualan dan Promosi..."

Setelah Anda tahu siapa market ideal Anda, maka Anda harus menggunakan bahasa mereka dalam mempromosikan produk Anda. Berikut adalah penjelasannya...

Karakter D

Berilah penekanan pada:

- Kecepatan mereka dalam merespon
- Ekslusivitas
- Now or Never
- Keterbatasan
- Keterdesakan

Karakter I

Berilah penekanan pada:

- Kesempatan Menarik
- Testimoni Pelanggan
- Endorsement Tokoh
- DISKON, BONUS, GRATIS
- Cerita-cerita menarik, menyentuh hati, atau lucu

Karakter S

Berilah penekanan pada:

- Kenyamanan
- Kemudahan
- Perbandingan
- Empati
- Garansi
- Jaminan

Karakter C

Berilah penekanan pada:

- Kenapa Anda harus beli...
- Apa keuntungan yang Anda dapatkan...
- Harga Coret
- Jumlah uang yang dihemat
- Kualitas
- Data dan fakta

Bagaimana jika Anda sulit mengenali karakter market yang dimiliki?

Oleh karenanya, Anda bisa mencampurkan bahasa-bahasa di atas dalam Sales Letter atau Copywriting yang Anda gunakan. Pastikan dalam penawaran Anda terdapat kata-kata yang sesuai dengan semua karakter DISC. Pahaaaam....?

"Ubah Gaya Bahasa Anda agar Omset jadi Luar Biasa"

Pertanyaannya, apakah selama ini promosi Anda menggunakan yang sesuai dengan target market? Atau hanya asal-asalan saja? Segera Ubah Strategi Anda, maka Hasilnya pun akan Berubah.

Beda Media, Beda Copywriting

Mungkin Anda mengeluh dan bertanya-tanya dalam hati, "Duh... Saya sudah gunakan anatomi copywriting yang pas untuk jualan produk Saya, tapi kok hasilnya nihil ya?"

- Like, Share, dan Comment Facebook SEPI...
- Retweet dan Mention Twitter KOSONG....
- Broadcast Blackberry NGGAK ADA RESPON....
- Blast Email malah banyak yang UNSUSCRIBE...
- Closing Penjualan? Nihil...

Mungkin itulah yang Anda keluhkan ketika harapan tidak sesuai dengan kenyataan. Betul, kan?

Ini yang sering dilupakan oleh banyak pengusaha ketika membuat copywriting. Apa itu? Mereka menggunakan copywriting yang sama, padahal media promosinya berbeda. Ibarat senjata dan amunisi. Berbeda senjatanya, berbeda pula jenis amunisinya.

Gunakan copywriting sesuai dengan media yang Anda gunakan. Coba Baca lagi Bab Online Copywriting unutk menemukan pola yang tepat dalam promosi.

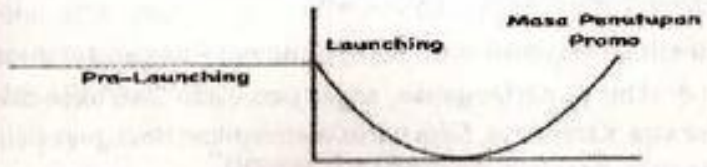
Timing

Poin selanjutnya yang perlu Anda perhatikan adalah timing Anda saat promosi. Sebenarnya ini rahasia dapur Saya. Demi membantu meledakkan penjualan Anda, Saya terpaksa membongkarnya. Nggak apa-apa, ya? ^_^

Saya pernah ngobrol dengan teman yang fokus di bagian Product Creator. Produknya lumayan banyak, isinya pun keren-keren. Iseng-iseng Saya bertanya soal angka penjualannya. Ternyata nggak terlalu gede-gede amat, Saya kira rame di Facebook itu penjualannya ampe angka ribuan bahkan puluhan ribu, eh ternyata cuma ratusan bahkan puluhan. Wah, ada yang salah nih...

Begini... Momen paling tepat untuk meledakkan penjualan itu adalah pas Launching. Saya pun merasakan hal ini. Produk buku misalnya. 5 dari 7 buku yang Saya tulis, penjualan pas Launching minimal 2000 sales. Ini sudah terpola, sudah Saya alami selama 5x, bukan cuma 1x. Bahkan, buku yang sedang Anda baca ini menghasilakn 10000 Sales lebih saat launching.

Coba perhatikan kurva dalam gambar ya...



Pertama, Kurva penjualan akan cenderung turun dari puncak ke bawah lalu ke puncak lagi. Berada di puncak awal ketika Anda mempromosikan bahwa produk Anda telah dilaunching. Setelah itu, jika Call to Action Anda tidak cukup kuat dan penawarannya lemah, orang akan menunda-nunda melakukan pembelian, hingga pada akhirnya penjualan di hari esok dan seterusnya akan menurun. Kapan penjualan akan naik lagi? Ketika Anda memberitahukan bahwa promo yang Anda tawarkan saat launching akan segera berakhir. Disitulah penjualan akan kembali ke puncaknya.

Kedua, perhatikan garis merah sebelah kiri. Jika Anda ingin benar-benar meledakkan penjualan Anda, diperlukan tahapan persiapan yang maksimal. Inilah yang disebut dengan tahap pra-launching. Apa yang Anda lakukan? Anda melakukan Issue Marketing, buat market Anda penasaran dengan apa yang Anda launching nanti, dan lakukan pre-order (kalau mau). Tujuannya tiada lain adalah membuat orang lain aware dengan produk Anda, tertarik, teredukasi mengenai pentingnya produk tersebut, hingga membeli produk Anda saat launching nanti.

Di bagian tahapan pra-launching, Anda buat time schedule agar persiapan Anda benar-benar matang. Sehingga, pada saat launching produk nanti, Anda mendapatkan animo yang besar dan penjualan yang maksimal. Gimana, paham kan?

Tak hanya saat launchin produk baru, Jika Anda melihat Saya dalam berpromosi, entah itu produk maupun jasa, Saya selalu mencari timing yang tepat. Perhatikan saat Saya mau membuka Pre-Order buku Easy Copywriting yang sedang Anda baca ini. Saya 2x mengundur waktu. Kenapa? Saya benar-benar mempersiapkan segala sesuatunya dengan matang. Ini rahasia saya dalam meledakkan penjualan.

Saya tahu, penjualan akan mengalami puncaknya saat di awal dan di akhir. Di pertengahan, angka penjualan Saya akan biasa-biasa saja. Karenanya, Saya harus memastikan timingnya benar-benar pas. Bagaimana caranya?

1. Lihat market Anda, apakah sedang punya uang?
2. Apakah mereka sudah tahu bahwa Anda akan menjual produk tersebut?
3. Apakah sudah terjalin kedekatan antara mereka dengan Adna?
4. Apakah kompetitor-kompetitor Anda sedang menjual produk yang sama?
5. Momen apa yang tepat untuk dijadikan bahan cerita

Perhatikan saat Saya menjual seluruh buku Saya pada tanggal 24 April 2015. Dalam sehari, Saya mampu meraup omzet 158 juta rupiah. Kok, bisa? Saya benar-benar mempersiapkannya dengan matang. TIMING YANG TEPAT. Itu kuncinya.

Desain Promosi

Sebagian dari Anda mungkin menganggap desain yang menarik itu tidak penting. Namun, sebagian lagi menganggap bahwa desain adalah hal terpenting. Lalu mana yang benar?

Disadari atau tidak, tampilan visual bisa memengaruhi perilaku kita. Tampilan visual itu membujuk. Ini adalah proses halus yang umumnya tidak kita sadari. Sebagai penjual online tentu kekuatan tampilan visual tidak bisa disepelekan. Data menunjukkan 93% orang memutuskan belanja online terpengaruh oleh tampilan visual. Namanya juga belanja online, antara penjual dan pembeli bertemu hanya lewat gambar.

Supaya makin yakin akan pentingnya desain promosi, coba lihat penelitian dari John Medina, penulis buku "Brain Rules". Apabila informasi disajikan secara lisan, orang akan mengingat sekitar 10%, diuji 72 jam setelah dipaparkan. Angka ini terus meningkat dari 10% menjadi 65% apabila Kamu menambahkan GAMBAR. Wow...!!

"Visual itu Menjual"

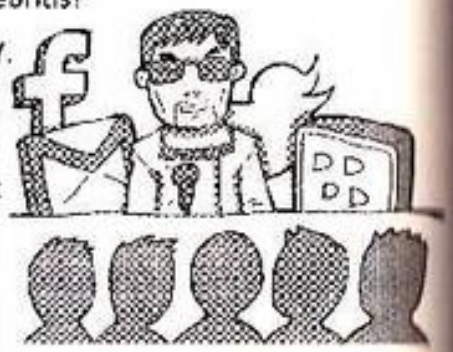
Inilah pelengkap ilmu copywriting supaya hasilnya makih JOSS! Yes. Desain promosi yang menarik. Pertnyaannya, sudahkah Anda memerhatikan hal ini?

Jika Anda kebingungan membuat desain promosi yang menarik, silakan gunakan voucher yang ada pada buku ini. DIJAMIN BERKUALITAS!

The Power of Authority

Pernahkah Anda melihat barang yang biasa saja laris dipasaran saat dijuaal oelh Artis atau Selebritis?

Itulah kekutan dari **AUTHORITY**.



Namun, kekuatan authority ini bakal percuma jika Anda tidak menemukan target market yang tepat. Terbukti, banyak bisnis Artis yang sepi dan akhirnya tutup karena bisnisnya tidak sesuai dengan marketnya. Lagi-lagi, Anda harus memastikan target market Anda benar-benar tepat.

Bagaimana menaikkan otoritas Anda sebagai penjual?

- **Lakukan Pencitraan**

  Tujuannya adalah meningkatkan Trust (Kepercayaan) pembeli dengan cara mempercantik penampilan Anda di sosial media. Gunakan Foto dengna pose yang keren (Jika perlu, gunakan hasil foto dari studio). Sering-seringlah Foto dengan tokoh sesuai dengan market Anda. Terkahir, Percantik desain akun sosia media Anda.

- **Jalin Hubungan**

  Orang senang dengan orang yang dikenal. Maka sering-seringlah And ajalin komunkasi dengan teman Anda di internet. Jalin interaksi dengan Balas Mentionnya, Commnet Statusnya, Reply Emailnya.

- **Jadilah Ahli**

  Rajinlah dalam memberi motivasi, inspirasi dan edukasi pada market Anda sesuai dengan branding yang ingin Anda bangun. Buatlah mereka yakin bahwa Anda mampu mejawab permasalahan mereka. Hingga suatu saat market bislang, "Kalau masalah jualan, jagonya si A', "Bicara tentang fashion, Ahlonuya si B" "Pakarya herbal ya si C.

- **Endorsement**

  Makin kuatkan personal image Anda dengan minta Endorsment dari tokoh-tokoh serta testimoni dari orang-orang yang merasakan perubahan dari hasil edukasi Anda.

Simpulan

Simpulannya, selain copywriting, Anda pun harus memerhatikan:

- ☑ Target Market yang Tepat
- ☑ Kualitas Produk yang Anda Jual
- ☑ Media yang Terkoneksi ke Market
- ☑ Timing Jualan
- ☑ Desain Promosi
- ☑ Authority Anda sebagai Penjual

Pertanyaannya, sudahkah Anda memerhatikan itu semua?

Jika belum, segera perhatikan.

Latih, Latih, terus Latih!

Merupakan ide buruk jika Anda membaca buku ini dan menganggap bahwa Anda akan menjadi jago seketika. Anda perlu melatihnya...

Segera setelah Anda membaca buku ini, Saya menantang Anda untuk melakukan aktivitas yang akan mendukung Anda agar semakin Jago dalam membuat Copywriting.

- ☑ Buat copywriting untuk Email, Broadcast, Posting Facebook, Landing Page, Kultwit Twitter, Artikel, Brosur
- ☑ Lakukan setiap hari, selama 40 hari berturut-turut
- ☑ Tes dan ukur berdasarkan respon dan hasil penjualan

Semua sudah Saya berikan, tinggal Anda praktikkan. Jangan berharap keadaan Anda berubah, jika Anda tidak berubah.

Copywriting itu Penting. Bikin Uang masuk Rekening, tanpa Perlu Pusing-pusing!

Ini adalah bab akhir dari buku ini. tapi ini adalah awal dari perubahan Anda. tepatnya, konversi penjualan dalam bisnis anda. Saya tunggu kabar baik peningkatan omset bisnis Anda dengan ilmu copywriting!

BAB ++

UDAH NYONTEK AJA

"Jangan Mikir, Pusing! Udah Nyontek aja..."

Lupakan semua ilmu yang sudah Anda pelajari di bab-bab sebelumnya. Saya tahu, sebagian dari Anda menginginkan sesuatu yang mudah, bahkan instan. Oleh karena itu, dalam bab ++ ini, Saya sengaja menyajikan copywriting-copywriting yang sudah Saya tulis dan terbukti berhasil mendatangkan banyak traffic dan menghasilkan penjualan. Saya pun mencantumkan beberapa copywriting dari para member Copywrtiing's Secret Club untuk Anda jadikan sebagai contoh dan bahan contekan. Asyik, kan? ^_^

Berikut adalah contekannya....

Inilah Copywriting yang Saya gunakan saat menginfokan Kelas Online di TrainerLaris.com dengan Rekor peserta TERBANYAK dengan jumlah 411 orang....

Halo Dewa, apa kabar?

Semoga baik-baik saja dan tetap semangat mencapai impiannya ya. aamiin...

Oh ya Dewa, Saya mau tanya, apakah Anda sudah memiliki agenda jam 8 malam nanti?

Begini... Kalau belum ada agenda, Saya ingin mengajak Dewa untuk ikut Kelas Online Saya di www.TrainerLaris.com. Bagaimana, mau ikut? Seru, lho... GRATIS lagi!

Kalau Anda benar-benar mau ikut, silakan pasang alarm handphonenya jam 20.00 WIB. Dalam kelas online tersebut, Saya akan sharing **Bagaimana Saya bisa bangkit dari Bangkrut, Memulai Bisnis dari Minus, dan Mencetak Omzet Milyaran Rupiah di usia 23 tahun.**

Saya yakin Dewa penasaran. Kenapa? Karena materi yang Saya sampaikan ini diambil dari pengalaman dan kisah nyata Saya selama 5 tahun berbisnis. Tentu Anda tidak hanya mendapatkan inspirasi saja, karena Saya pun akan membeberkan **Strategi Bagaimana Caranya Bisa Tembus Omzet Milyaran dalam 3 bulan bahkan kurang.**

Makin penasaran, kan? ^_^

Sebelum Dewa ikut kelas Online tersebut, Anda harus Sign Up terlebih dahulu disini.

Jika Anda sudah melakukan Sign Up, nanti Anda cukup melalukan Sign In di website tersebut.

Oh ya, sebagai pemanasan awal, coba Dewa baca terlebih dahulu salah satu artikel Saya di website tersebut. Klik disini.

Silakan Anda like, komen, dan share artikel tersebut, sebagai bukti bahwa Anda sudah siap menerima Ilmu Milyaran jam 8 malam nanti. Oke?

Sampai Jumpa di Kelas Online nanti malam ya, Dewa!

Beritahu teman-teman dan tim Anda...

Inilah Copywriting di Facebook yang Saya gunakan saat menginfokan hari Sedekah Nasional yang menghasilkan 50 share lebih dalam 1x posting bahkan diangkat masuk koran Republika dan Radar se-Indonesia...

SEDEKAH NASIONAL

Saya percaya, semakin banyak kita berbagi, semakin banyak rezeki yang akan kita dapatkan.

Bagaimana dengan Anda, apakah Anda pun memercayainya?

Bicara soal berbagi, tidak akan jauh dari Sedekah. Saya pribadi meyakini bahwa sedekah itu bukan dilakukan dari yang KAYA ke yang MISKIN, melainkan dari yang MAU ke yang MEMBUTUHKAN.

Banyak ayat dalam Al-Qur'an yang menjelaskan tentang Sedekah. Saya tak perlu mengingatkannya lagi, karena Anda pun pasti mengetahuinya. Salah satu ayat yang terus terngiang-ngiang dalam benak dan pikiran Saya adalah ada awal juz ke-4. Ada yang tahu bunyinya? Kalau tidak tahu, coba buka Al-Qur'annya... ^_^

Disana ada kata "Lan", yang artinya: Tidak. Berbeda dengan kata "Lam" yang juga artinya: Tidak, kata "Lan" bermakna "tidak" yang selama-lamanya "tidak". Paham maksud Saya?

Itu sama halnya yang tertera dalam surat yang berbunyi, "Wa lan tardha 'ankal yahuudu wa lan nasharaa hatta tattabi'a millatahum" (Al-Baqoroh: 120). Artinya: "Dan orang-orang Yahudi dan Nasrani tidak akan rela kepadamu sebelum engkau mengikuti agama mereka"

Sedangkan dalam ayat diatas, berbunyi, "Lan tanaalul birro hatta tunfiku mimma tuhibbuun" (Al-Imron:92). Artinya: "Kamu tidak akan memperoleh kebajikan sebelum kamu menginfakkan sebagian harta yang kamu cintai".

Apa maksud Saya menjelaskan ayat tersebut?

Saya atas nama @DewaEkaPrayoga mengajak Anda kawan-kawan Pengusaha untuk ikut serta dalam event SEDEKAH NASIONAL yang akan diselenggarakan pada tanggal 27 April 2015. Event ini dilakukan rutin setahun sekali, tepatnya pada tanggal 27 April (kalau nggak salah ini bertepatan dengan ultah mentor Saya, mas Jaya Setiabudi. Hehe... atau H+3 setelah ultah Saya juga. Eksis! ^_^).

Jadi gini ceritanya....

Awalnya event Sedekah Nasional diprakarsai oleh Ustadz Yusuf Mansur yang menantang Mas Mono (Owner Ayam Bakar Masmono) dan Mas Jody (Owner Waroeng Steak) untuk menyedekahkan SELURUH OMZET yang didapatkan pada tanggal tersebut. Tanpa pikir panjang, karena mereka yakin dengan perintah Allah, mereka langsung meng-iya-kan dan menyedekahkan seluruh omzetnya. Subanallah... Saya tahu betul, omzet sehari dari Waroeng Steak dan Ayam Bakar Masmono berapa, neyntuh angka puluhan juta (bahkan lebih). Pantes saja sekarang bisnisnya semakin tumbuh dan berkembang, wong Sedekahnya edan-edanan...

Nah... Saya pribadi sudah ikut serta dalam Sedekah Nasional tahun lalu. Hasilnya LUAR BIASA! Bisa jadi, prestasi dan pertumbuhan bisnis yang Saya alami saat ini salah satunya adalah karena hal itu. Wallahu'alam..

Sekarang Saya mengajak Anda langsung untuk merasakan sensasi dari Sedekah Nasional tersebut. Gimana. siaaaaaaaap....??? Seluruh omzet lho, ya... bukan cuma profit. Artinya, HPP Anda ikut disedekahkan.

Katakan "Siap" jika Anda ingin turut serta dalam Sedekah Nasional pada tanggal 27 April nanti.

Silakan share ke teman2 facebook Anda. Kalaupun Anda tidak ikut serta dalam sedekah nasional nanti, Anda sudah menjadi jalan kebaikan buat mereka.

Ingat...

"Barangsiapa menunjukkan jalan kebaikan, maka baginya pahala yang sama seperti yang ditunjukkinya" (HR. Muslim)

NB:

Jika ingin info lebih lanjut, besok Anda bisa membeli koran Republika Nasional. Disana Anda akan tahu informasi lebih lengkap tentang Sedekah Nasional ini. Atau, Anda bisa hubungi Mas Irfan di nomor 085642119642.

Inilah Copywriting di Pamflet yang Saya gunakan ketika mempromosikan Seminar Jago Jualan dan menghadirkan 800 peserta hanya dalam 2 bulan...

PERTAMA DAN TERAKHIR KALINYA DI TAHUN 2014

Seminar

JAGO JUALAN

"Bongkar Rahasia Tembus Omset Milyaran Rupiah dalam Hitungan Bulan"

Sabtu, 6 Desember 2014

Pukul 08.00 – 17.00 WIB

di Gedung Wahana Bhakti Pos, Bandung

@DewaEkaPrayoga

Pakar Selling, Penulis Best Seller, Founder & CEO Billionaire Coach

@JayaYEA

Juragan, Penulis Buku Best Seller, Founder YukBisnis.com

Kenapa Anda HARUS hadir dalam Seminar ini?

- Kedua Pembicara adalah seorang Praktisi
- Full Strategi yang sudah Terbukti, bukan sekedar Motivasi apalagi basa-basi
- Dihadiri oleh ± 1000 Peserta di seluruh Indonesia. Anda bisa Networking yang luas dengan mereka
- Hanya diadakan Sekali Seumur Hidup
- Bongkar Rahasia Tembus Omset Milyaran Rupiah dalam Hitungan Bulan

Investasi:

Rp 200.000 / orang

DAFTAR SEKARANG!

SMS 085722105777 / Invite pin:2A1A640C

365 kursi

sudah terjual dalam

7 hari sejak pendaftaran dibuka

Inilah Copywriting dari para Member Copywriting's Secret Club untuk jadi Contoh dan Bahan Contekan Copywriting Anda kedepan...

Nama : Petrus J-MART Herbal

Produk yang dijual : Madu Kuat Indrajit/ Produk Herbal

APA RAHASIA SAYA BISA STAMINA ON TERUS & MASIH TETAP BERSEMANGAT?

Masih segar? Masih bertenaga? Masih bisa fokus?

Sahabat, jangan biarkan konsentrasi dan daya tahan

tubuh Anda menurun, apalagi di tempat kerja, atau dalam keadaan berkendara, BAHAYA!

Konsentrasi dan stamina menurun di tempat kerja berpeluang menurunkan etos kerja lhoo! Ga mau kan atasan menilai kinerja Anda buruk?

Begitupun konsentrasi berkendara terganggu karena keletihan, lelah, duuuhh berpotensi pada kecelakaan!

Jangan biarkan itu terjadi!

Ayo dongkrak staminamu dengan Madu Indrajit!

Dengan rutin mengkonsumsi Madu, semua Insha Allah semuanya bisa teratasi.

Ssssstt... Selain itu Madu Indrajit juga bisa menambah keharmonisan rumah tangga lho!

Gak percaya?

Silakan Buktikan sendiri!

Yuk, langsung hubungi kontak di bawah ini,

- Pin BB 522B69E5 (BBM)
- HP/WhatsApp 0878 94323880 (XL)

Get stronger and longer with Madu kuat Indrajit!

Nama : Neng Nunung

Produk yang dijual : Minyak Kutus-Kutus/Minyak Obat

Sembuhkan 63 Jenis Penyakit dengan Minyak Ini!

Sekarang ini gampang banget ya kena penyakit ini itu...

Sekarang sakit flu, nanti sudah beda lagi sakitnya...

Coba deh... Sediakan Minyak Kutus Kutus di rumah Anda!

APA ITU MINYAK KUTUS KUTUS...?

Minyak Kutus Kutus merupakan Minyak obat yang terbuat dr 49 tanaman obat.

Diolah secara alami dan tradisional sehingga menghasilkan minyak berkhasiat. Sangat bermanfaat dan terbukti menyembuhkan lebih dari 63 jenis penyakit.

Pemakaiannya dengan cara dibalur di bagian tubuh tertentu Terutama di telapak kaki dan tulang punggung.

Ratusan sampai ribuan orang telah merasakan manfaat Minyak Kutus Kutus ini, mulai dari penyakit ringan, sampai penyakit berat.

Siapkan Minyak Kutus Kutus sekarang juga!

Harga 1 botol: Rp 230.000 isi 100 ml

Hubungi kami sekarang juga. SMS 081515142651 / WA 081330122086

Lihat dan Rasakan sendiri khasiatnya!

Cukup dibalur, Penyakit kabur!

Nama : Ibnu Malkan

Produk yang dijual : Kosmetik ZALFA

Ini Rahasia Kenapa Saya Terlihat Lebih Muda dari Usia Sebenarnya!

Banyak orang yang bertanya, apa rahasia Saya terlihat lebih muda dari usia Saya yang sebenarnya?

Apakah Anda ingin tahu Rahasianya?

Begini... Setiap wanita pasti ingin memiliki kulit yang BERSIH, KENCANG, HALUS, DAN PUTIH. Itu juga yang Anda inginkan, bukan?

Karena secara normal, setiap orang seiring bertambahnya umur, akan mengalami yang namanya penuaan. Namun itu dapat Anda perlambat dengan memanfaatkan:

1. SPF yang mampu melindungi dari terpaan sinar mata hari, sehingga kulit selalu segar
2. Vitamin E yang bisa ditemukan di aloevera, bermanfaat untuk menghaluskan dan melembutkan kulit
3. Asam Kojig memperlambat pembentukan melanin diwajah
4. Arbutrin dari buah bearbery menjadikan kulit segar putih alami,
5. Teatre Oil mengembalikan kesehatan kulit yang rusak atau teriritasi

Itulah rahasia kenapa Saya terlihat lebih muda dari usia sebenamya. Ya, karena Saya memanfaatkan 5 hal tersebut di atas.

Pertanyaannya, apakah Anda ingin seperti Saya?

Silakan manfaatkan 5 hal tersebut di atas. Anda akan dapatkan dapat mengolah bahan-bahan makanan disekitar Anda, jika Anda memiliki banyak waktu luang.

Namun jika Anda tidak sempat mengolah bahan-bahan tersebut, Anda tidak perlu khawatir. Karena Saya mendapatkan 5 zat tersebut ada pada 1 paket, yaitu kosmetik ZALFA. Semua bahan tersebut bersumber dari bahan alami, sehingga sangat aman dan sehat untuk kulit Anda.

Jika Anda berminat, silakan hubungi Saya sekarang. Saya akan membantu Anda memudahkan dalam memilikin wajah yang lebih bersih, kencang, putih, dan halus.

Harga masing-masing produk tersebut:

Krim Siang Rp 100.000

Krim Malam Rp 100.000

Facial Wash Rp 32.000

Anda dapat BERHEMAT dengan MEMBELI 1 paket ZALFA, cukup membayar Rp 189.000,00 saja, Anda akan BERHEMAT Rp 43.000.

TAK HANYA ITU...

Baca penawaran Saya ini baik-baik...

"Promo sampai AKHIR BULAN INI: Hanya dengan MEMBELI 1 paket ZALFA, Anda BERHAK menjadi RESELLER produk ZALFA, dengan mendapat potongan harga 15-20%"

WOW! Tak hanya mendapatkan kulit wajah yang lebih bersih, kencang, putih, dan halus, tapi juga penghasilan tambahan yang menggiurkan.

Hubungi Saya sekarang!

Invite PIN 7D68AEDE

WA 082234532579

Jangan Biarkan Kesempatan Emas ini Berlalu Begitu saja!

Nama : Tommy Funz

Produk yang dijual : Aplikasi Toko Online di Android

NGERI BANGET KALO BACA INI!

- Tahun 2020, diperkirakan Pengguna Internet Dunia Mencapai 5 Milyar
- Tahun 2020, Pengguna Seluler Dunia bakal Mencapai 10 Milyar

Dan FAKTA menunjukkan bahwa orang LEBIH LAMA menggunakan Smartphone dibandingkan Laptop/PC

Sekarang adalah SAAT yang TEPAT untuk Anda agar bisa eksis JUALAN via Aplikasi Toko Online di Android!

#Murah

#Mudah

#Tersistem

#UploadProdukUnlimited

#TingkatkanBrandingImage

#MemanjakanPelanggan

#TerhubungkeSosialMedia

#PlaystoreAndroid

#Customize (biaya custom sesuai level kesulitan)

HARGA PROMO :

Rp 850rb dari Rp 1 juta s.d 10 Juni 2015 saja!!!

MULAI SEKARANG JUGA atau TERTINGGAL SELAMA-LAMANYA!

Kontak SEGERA :

TOMMY FUNZ

HP : 0811.277.3800 (WA/SMS only)

BBM : 51FEA324

Ini bukan masalah Trendsetter, tapi masalah Brand dan Investasi Jangka Panjang untuk Usaha Anda!

Nama : Syaiful

Produk yang dijual : Minyak Sumbawa Cap Mertua

TERUNGKAP! Kedahsyatan si Kecil dari Timur yang

Mendunia

Anda Bosan menggunakan Minyak Urut yang Ribet cara pakainya?

Khasiatnya Hanya itu-itu aja, Tapi Efek sampingny Segunung!!

Lupakan itu semua...

Kini Hadir Minyak Sumbawa: Ramuan Tradisional dengan tampilan Ekslusif. Tanpa Efek Samping!

Inilah 7 Alasan Kenapa Anda Harus Memakai Minyak Sumbawa Cap Mertua...

1. Dibuat Secara Khusus oleh Orang Sumbawa asli, Harus Laki-laki
2. Proses pembuatannya Hanya dilakukan pada Bulan Muharram
3. Diramu Secara Tradisional. terbuat dari kelapa, Rempah-rempah, dan berbagai akar2 Khas sumbawa
4. Sudah Dikenal Luas di Dunia
5. Tidak Ada efek samping. Reaksi Cepat, Tepat pada sasaran
6. Praktis Penggunaan ny. Bisa di oles atau diminum
7. Berkhasiat untuk menyembuhkan penyakit Salah urat, Sakit pinggang, Sakit belakang, Linu linu, Luka terbuka, patah tulang, Koreng/gatal gatal, Digigit binatang berbisa, dan luka bakar

Anda jangan dulu percaya, sebelum menyima kesaksian dari mereka....

Alhamdulillah, luka lecet-lecet saya karna terjatuh dari motor langsung kering setelah di oleh dengan minyak sumbawa, ga perih juga.

(Juniawan - Sumbawa)

Rasa perih yang tak tertahankan kama di gigit hewan berbisa langsung mereda setelah dioleh dengan minyak sumbawa

(Juhri - Jawa tengah)

Sakit Pinggang saya hilang setelah di pijat menggunakan minyak sumbawa

(Abdul - Sumbawa)

Tidak ASLI, GARANSI Uang kembali 2 X 100%

Karena Barang Sangat Terbatas, maka Saya sarankan Anda untuk Pesan Sekarang Juga!

SMS 081916863724 / WA 081803660560, atau Invite Pin: 7D8532FE

Pesan Sekarang, Barang Langsung Kami Antar!

NB :

Awas Barang Tiruan Beredar dimana-mana, yang Asli HANYA Di Minyak Sumbawa Cap Mertua!

Nama : Bambang Dosso

Produk yang dijual : Theraskin

Kecantikan wajah adalah aset Anda yang sangat berharga. Jangan gunakan wajah Anda sebagai bahan eksperimen perawatan menggunakan cream abal-abal yang tidak jelas, atau Anda akan menyesal. Gunakan Theraskin untuk merawat kesehatan dan kecantikan kulit wajah Anda.

Produk Theraskin bermanfaat untuk mencerahkan kulit wajah sehingga tampak bersih bersinar, menghilangkan jerawat dan flek, dan menghilangkan kekusaman kulit wajah. Tersedia juga produk perawatan untuk menghaluskan dan mencerahkan kulit tubuh. Tersedia

banyak varian produk yang bisa disesuaikan dengan kondisi dan jenis kulit wajah.

Bila Anda membeli produk Theraskin dari saya, inilah support yang Anda peroleh:

GRATIS konsultasi sebelum membeli dan menggunakan produk Theraskin

GRATIS konsultasi selama pemakaian dan pemantauan perkembangan perawatan

GARANSI uang kembali bila ada produk yang rusak atau cacat sewaktu pengiriman

DISKON khusus untuk pembelian produk Theraskin dalam jumlah tertentu

JAMINAN produk Theraskin asli dari L'essential

PERCAYALAH ! Support tersebut tidak akan Anda peroleh bila membeli produk Theraskin di tempat lain !

Produk perawatan kecantikan Theraskin terbukti aman, efektif, harga terjangkau, dan sudah memiliki ijin BPOM.

Untuk penjelasan lebih lengkap mengenai spesifikasi produk dan harga, silahkan kunjungi website kami: http://agentheraskin.com/

Nama : Shofie

Produk yang dijual : Kosmetik Alami Argan Oil

Suatu hari Saya ketemu sahabat Saya yang lama gak bersua. Mukanya BT banget, jadi nggak enak banget dilihatnya.

Terus Saya tanya, kenapa kamu?

"Ih, sebel.... Jerawat lagi... Jerawat lagi.... Jadi gak PD mau kemana mana nih...".

Bener aja sih, Saya lihat jerawatnya ngeri deh banyak banget terus gede2 lagi.

Saya bilang: Makanya JANGAN ASAL PILIH OBAT JERAWAT.

Pilih yang benar-benar berkualitas.

Saya juga beberapa bulan yang lalu kena campak, kebayang kan sudah tua gini kena campak, pasti bekasnya lama hilang...

Terus ada teman yang nyaranin pake Madre Argan Oil... Telaten Saya pakenya, dalam 7 hari kulit kenyal dan bekas campak memudar. Kamu lihat sendiri kan wajahku sekarang bersih cerah. Alhamdulillah...

Oh ya, ngomong-ngomong soal oilnya, kalau kamu mau pesan, silakan aja SMS 0821-3884-9338. Semoga bisa bantu kamu mengatasi masalahmu saat ini ya...

Nama : Ida Masruroh

Produk yang dijual : Mukena Distro

TAMPARAN TELAK

Alkisah.. Saat saya masih jalani Profesi sebagai Jurnalis saya selalu bawa dagangan berupa Mukena tuk saya tawarkan ke rekan sejawat saya. Hampir semua rekan saya sudah saya tawari, beberapa diantaranya mau beli. Tinggal satu orang yang belum saya tawari.

Orangnya cantik, hidung bangir, kulit putih alami, sabang hari kenakan jilbab modis. Sayang orangnya pendiam, terkesan judes. Jangankan nawari jualan, sekedar sapa saja saya tidak berani. Apalagi ia menjabat kepala biro keuangan, salag dikit, bisa-bisa gaji gak cair.

Hari itu Rabu, selepas shalat Azhar, kebetulan kami bareng shalatnya. Saya kumpulkan keberanianku. Setelah basa-basi, saya tawarkan mukena saya yang seharga 75 ribu.

Tiba-tiba ia melotot dan setengah menghardik "Maaf ya mbak, saya gak suka mukena murahan seperti itu. Mau menghadap Allah kok mukenanya seperti itu, jauh lebih murah dari pakaian dalammu. Pakailah yang terbaik, dari bahan terbaik sebagai wujud tawaddhumu pada Tuhanmu"

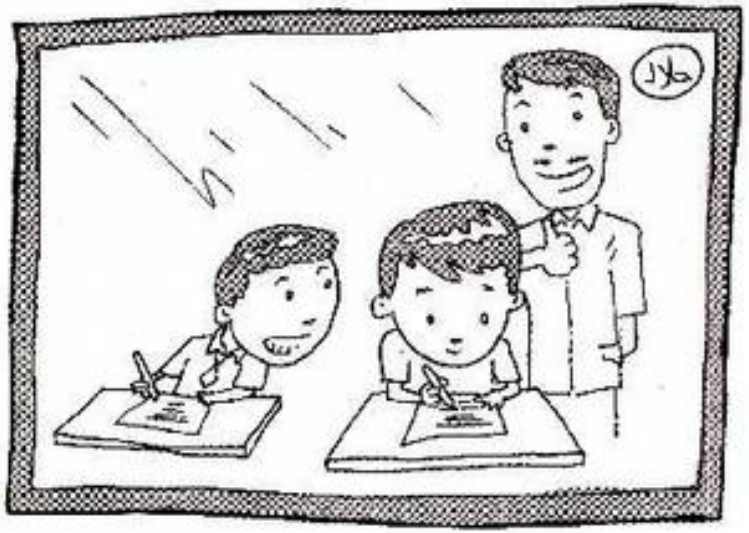
Seketika, saya diam. Mata saya panas, pipih saya rasanya membengkak. Malau tiada terkira.

"Kalo mau mukena yang bagus, jahitannya rapi, ukurannya pas ditubuh, coba ke webnya www.mukenadistro.com mahal sih emang" sergahnya sembari tinggalkan saya yang diam seribu bahasa.

Bagaimana, apakah Anda sudah mendapatkan "AHA" dari contoh-contoh Copywriting di atas?

Oh ya, selain belajar dari contoh-contoh di atas, Anda pun bisa menghubungi nomor-nomor handphone yang tercantum dalam Copywriting tersebut. Ayo bangun networking seluas-luasnya!

Silakan Contek, HALAL!



Saat Anda membaca bab ini, Anda sudah banyak belajar tentang Copywriting dari Saya dan kawan-kawan Saya di Indonesia.

Percuma, jika selama Anda membacanya, Anda tidak mendapatkan 'AHA' sedikitpun untuk diterapkan dalam bisnis Anda. Karenanya, Saya memperbolehkan Anda menyontek script Copywriting yang sudah Saya lampirkan dalam bab ini. Silakan contek, HALAL! Anda tinggal memodifikasinya sesuai kebutuhan. Sesuaikan isinya dengan anatomi yang sudah Anda pelajari di bab sebelumnya. Pastikan Anda memerhatikan secara detail setiap maksud dan tujuan dari kata-kata yang Anda rangkai.

Sekedar informasi saja, jika Anda harus membayar seorang Copywriter profesional, Anda akan mengeluarkan uang cukup banyak. Sekitar 5-10 juta. Tak hanya itu, Anda pun tidak dapat memastikan dia satu "chemistry" dengan Anda. Oleh karena itu, silakan contek copywriting Saya, HALAL!

Jika Anda menyontek script Copywriting orang lain, hati-hati Anda bisa kena 'gampar'. Apalagi jika copywriting yang mereka gunakan telah didaftarkan secara hukum dan memiliki keterangan "Copyright". Wah, bisa bahaya! Awas, hati-hati ya. Tapi tenang, khusus untuk Anda pembaca buku Saya, Anda boleh menyontek copywriting Saya, HALAL!

Jangan tunggu sampai besok. Segera siapkan copywriting Anda sekarang. Buatlah yang terbaik, agar hasilnya pun sesuai dengan apa yang Anda harapkan.

Berbagilah, Bermanfaatlah!

Untuk mengakhiri buku ini, Saya ingin mengingatkan Anda tentang satu hal.

Intinya, jangan dulu puas ketika Anda mendapatkan penjualan yang fantastis dalam bisnis Anda. Apakah tujuan bisnis Anda hanya sekedar uang, uang, dan uang? Tentu tidak, bukan?

Karenanya, segera setelah Anda menemukan polanya dan mendapatkan hasilnya, jangan disimpan sendiri. Bagikan kepada teman-teman Anda. Berbagilah. Bermanfaatlah. Karena sebaik-baiknya manusia adalah yang bermanfaat bagi sesamanya.

COPYWRITING ITU PENTING! BISA BIKIN UANG MASUK REKENING, TANPA PERLU PUSING-PUSING

think!!

Referensi Pemikiran

Diamond, Stephanie. 2015. *The Visual Marketing Revolution*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta

Griffiths, Andrew. 2006. *101 Ways to Advertise Your Business*. Australia: Allen & Unwin

Prayoga, Dewa Eka. 2014. *Tembus Omset 100 Juta Modal BlackBerry*. Bandung: Delta Saputra

Prayoga, Dewa Eka. 2015. *Dongkrak Omzet Milyaran dengan Tim Penjualan*. Bandung: Delta Saputra

Sugars, Bradley J. 2006. *Instant Advertising*. Amerika Serikat: McGraw-Hill

Vitale, Joe. 2008. *Hypnotic Writing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Widyatama, Rendra. *Teknik Menulis Naskah Iklan*. Yogyakarta: Cakrawala

Zarkhoviche, Baha. 2014. *Hypnotic for Marketing*. Yogyakarta: Mantra Books